

UNIVERSITÉ DE PARIS. — FACULTÉ DE DROIT

---

DE LA CONQUÊTE MÉTHODIQUE

DES

DÉBOUCHÉS A L'EXPORTATION DES PRODUITS

ENQUÊTE SUR LES

Attachés agricoles et Attachés commerciaux étrangers

---

THÈSE POUR LE DOCTORAT

*Présentée et soutenue le vendredi 30 avril 1909, à 1 heure*

PAR

Félix DESMOUSSEAUX de GIVRÉ

---

*Président :* M. CAUWÈS.

*Suffragants :* { MM. FERNAND FAURE, } professeurs.  
                          GIDE,

---

PARIS

ARTHUR ROUSSEAU, ÉDITEUR

14, RUE SOUFFLOT ET RUE TOULLIER, 13

1909



la Faculté de  
**THÈSE**  
de la Faculté de  
**POUR LE DOCTORAT**

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les thèses ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

UNIVERSITÉ DE PARIS. — FACULTÉ DE DROIT

---

DE LA CONQUÊTE MÉTHODIQUE

DES

DÉBOUCHÉS A L'EXPORTATION DES PRODUITS

ENQUÊTE SUR LES

Attachés agricoles et Attachés commerciaux étrangers

---

THÈSE POUR LE DOCTORAT

---

L'ACTE PUBLIC SUR LES MATIÈRES CI-APRÈS

*Sera soutenu le vendredi 30 avril 1909, à 1 heure*

PAR

Félix DESMOUSSEaux de GIVRE

---

Président : M. CAUWÈS.

Suffragants : { MM. FERNAND FAURE } professeurs.  
                              GIDE,

---

PARIS

ARTHUR ROUSSEAU, ÉDITEUR

14, RUE SOUFFLOT ET RUE TOULLIER, 13

1909





DE  
LA CONQUÊTE MÉTHODIQUE  
des Débouchés à l'exportation des Produits  
ENQUÊTE SUR LES  
attachés agricoles et attachés commerciaux étrangers

---

AVANT-PROPOS

En un temps où le mot de solidarité a une telle vogue et où le principe qu'il exprime trouve tant d'applications parfois inattendues, on ne pourra qu'accueillir avec sympathie un travail qui a pour origine un sentiment très vif de la solidarité nationale.

Nous nous sommes demandé si la République se trouve dans une situation économique favorable, et nous avons cru nous rendre compte qu'en effet la France est bien loin d'être tombée dans cet état de décadence que proclament trop volontiers des écrivains partiaux ou insuffisamment avertis.

Ce n'est point à dire que tout se passe pour le mieux et que nous n'ayons pas de progrès à accomplir.

Le progrès est toujours possible.

Mais on peut discuter le choix des instruments de pro-

grès. On peut admettre la nécessité d'une réforme, et critiquer pourtant le projet qui tendrait à revêtir d'une forme concrète ce désir de réforme ou, sinon le projet lui-même, au moins son opportunité.

Or il est arrivé naguère (1907-1908), par une fortune assez rare, que deux séries de lois et décrets relatives à l'organisation de l'effort national nécessaire pour conquérir à nos produits de nouveaux débouchés ont recueilli des applaudissements presque unanimes.

Il s'est agi d'abord d'aménager avec plus de logique et de commodité les services intérieurs du ministère des affaires étrangères.

Puis on s'est occupé de consacrer l'institution encore récente des attachés commerciaux. Il y en avait deux en 1906, la loi de décembre 1908 a triplé ce chiffre, et ainsi une création à l'essai tend, par le maintien et l'augmentation des crédits, à devenir définitive.

Convient-il de se féliciter de cette décision du Parlement ?

Et l'institution nouvelle peut-elle vraiment rendre des services ? Dans quelles conditions, dans quelles limites ? Quel sera le rôle de l'attaché commercial ?

Des économistes et non des moindres se sont trouvés pour repousser jusqu'au principe même. Ils ont prétendu que le grand commerce ne peut tirer un profit appréciable d'un organisme auquel il est décidé à ne pas recourir ; ils ajoutaient que les nouveaux fonctionnaires sont plus nuisibles qu'utiles à ceux des exportateurs qui sont mé-

diocrement outillés pour la concurrence internationale.

Que pouvait-il y avoir de fondé dans ces objections ? Nous le distinguons mal. Nous avons donc entrepris une enquête parallèle en France et à l'étranger.

Nous avons appris que les attachés commerciaux étrangers ont rendu tant aux gouvernements qu'au public maints services reconnus et que nous avons notés chaque fois que cela nous a été possible.

Les attachés commerciaux français sont, dans le système actuel, un organisme original, intéressant, inférieur néanmoins (à notre avis) à ce qu'il pourrait et devrait être.

Instruit par l'enquête que nous avons menée au-delà de nos frontières, nous avons acquis la conviction que la loi française a besoin d'être modifiée. Nous indiquons, non sans quelque effort de précision, dans quel but et de quelle manière cette modification pourrait être tentée par le législateur.

De la part d'un jeune homme, il y a sans doute quelque hardiesse à exprimer une opinion sur une œuvre commune à plusieurs hommes considérables.

Nous nous excusons de ne pouvoir, à propos d'une réforme d'ailleurs modeste, partager leurs idées ; et s'il leur paraît que le système proposé est inadmissible, soit en théorie, soit en fait, soit à la fois en doctrine et en application, on nous saura gré du moins de l'effort accompli pour observer, nous rendre compte et, finalement, tenter un travail de construction.



Digitized by the Internet Archive  
in 2026

## CHAPITRE PREMIER

### LA SITUATION ÉCONOMIQUE DE LA FRANCE ET LE COMMERCE INTERNATIONAL.

#### SOMMAIRE.

- I. — La prospérité économique générale de la France : augmentation de la production ; baisse des prix ; pléthore de disponibilités et de réserves en capitaux.
- II. — Les faiblesses économiques de la France : diminution de la natalité, infériorité de l'enseignement professionnel, disparition de l'apprentissage, déclin de la marine marchande.
- III. — Créer à l'étranger des foyers d'appel de marchandises françaises serait un moyen détourné, mais efficace, de remédier à quelques-uns de ces maux. Le commerce international est d'un intérêt d'Etat ; théorie du droit d'intervention ; modes.
- IV. — Bien que la balance des comptes étrangers soit favorable à la France, cependant l'Etat a le devoir d'intervenir pour favoriser l'exportation.

#### 1

Nier notre prospérité économique serait aller contre l'évidence. Et cependant cette évidence a besoin d'être démontrée.

Dans l'économie de ce pays, le facteur essentiel est la production agricole.

Ses progrès ont été depuis quinze à seize ans très rapides, même trop rapides, si on les compare à ceux de la

consommation. Le prix du blé est descendu si bas qu'à la fin de 1907, sur le marché de Paris, le quintal était coté à un prix *inférieur* à celui des marchés libres de Londres et d'Anvers ! En tant que consommateurs cependant, les Français n'ont réalisé qu'une économie légère, celle qui résulte de la différence du prix du blé entre la période postérieure à 1892 et la période antérieure. *Mais, comme producteurs*, les Français ont gardé chez eux une somme que l'on peut, d'après le chiffre annuel moyen de l'importation, évaluer à 2.331 millions de francs, chiffre dont il est à peine besoin de souligner l'importance.

Quant à la pomme de terre, au sucre, au vin, la production est également très abondante et nous ne pouvons vraiment nous plaindre de l'élévation du coût de ces denrées.

Nous ne possédons malheureusement pas en France de statistiques de la production. Mais on peut (pour y suppléer) imaginer des procédés, qui parfois seront assez grossiers, mais seront le plus souvent d'une précision fort suffisante. Voulons-nous, par exemple, nous rendre un compte approché des quantités de bétail ou de légumes produites en France ? Nous rechercherons les prix de vente consignés aux Index Numbers de Sauerbeck, et nous constaterons pour Paris, entre 1891 et 1907, une baisse notable sur les principales denrées (porc et cacao exceptés) ; pour l'ensemble des denrées animales elle atteint 50 %. Il est d'ailleurs à noter que les statistiques municipales enregistrent des moyennes de consom-

mation individuelle progressives sur tous les articles, l'alcool excepté.

Passons maintenant le détroit. Et nous constaterons que, sur le marché libre de Londres et pour la même période de 1891 à 1907, les prix ont subi non une baisse comme à Paris mais une hausse qui atteint 9 0/0 pour l'alimentation animale et 16,90 0/0 pour l'alimentation végétale (1).

Nous savons aussi par les statistiques à l'importation que la consommation industrielle est en forte progression pour toutes les matières premières (2), peaux brutes exceptées ; encore cette exception est-elle plutôt un avantage qu'un inconvénient, car elle laisse présumer un abattage de plus en plus considérable de têtes de bétail français.

Quant à la consommation française des draps et tissus français, elle s'est d'autant plus développée que les prix ont beaucoup baissé, ne serait-ce que comme conséquence du resserrement du débouché extérieur.

Voulons-nous étudier les industries officiellement contrôlées, industries extractives et industries sidérurgiques, nous devons reconnaître qu'elle est énorme, la distance qui nous sépare des grands pays producteurs. Constatons cependant avec satisfaction que la progression des importations de houilles étrangères dans l'ac-

(1) D'après M. Théry.

(2) Le progrès des mois de janvier et février 1909 sur les mois correspondants de 1908 n'est pas moindre de 89 millions.

croissement de la consommation n'entre que pour 43 0/0, tandis que celle de la production indigène s'élève à 52 0/0 ; que notre production sidérurgique, à quinze ans, de distance (1891-1906), a augmenté en quantité de 71 0/0 et en valeur de 73 0/0 ; qu'enfin les machines, ouvrages en métaux, outils, bâtiments de mer, automobiles donnent un excédent d'exportation qui, dans le même intervalle de temps, a passé de 117 à 473 millions.

Enfin notre pays est particulièrement riche en houille blanche. On commence à s'en servir. Il faut nous en féliciter. Car l'usage des forces hydrauliques aura cette conséquence de diminuer les prix du charbon, et cette autre plus notable encore de fournir un moteur à des industries qui ne trouvent pas de houille sur place.

Mais dans le monde moderne les forces productives ne sont pas tout. Elles doivent être multipliées par la faculté d'épargne. A ce point de vue, la France est à la tête des nations. Elle est le banquier du monde. Nous amassons de l'or ; l'encaisse de la Banque de France, les dépôts des Caisses d'épargne, les plus-values de l'annuité successorale, tout atteste notre richesse croissante. Avec nos 3 milliards et demi de disponibilités, nos 98 milliards et demi de valeurs mobilières en portefeuille dont 16 millions sont des créances sur l'étranger, nous avons le droit de ne pas nous trouver à plaindre (1).

(1) Ces chiffres datent de 1906.

## II

On a le droit d'être optimiste sans aller jusqu'à se faire illusion et méconnaître la gravité de plusieurs de nos faiblesses.

Ces faiblesses, hélas ! sont trop réelles.

La plus connue, c'est la diminution de la natalité. Sur ce thème tout est dit et l'on vient trop tard ; le mal est d'ailleurs très complexe et dépasse de beaucoup le point de vue économique.

Pour mémoire il faut signaler l'importance de notre dette, celle ci ayant d'ailleurs pour contrepartie, réelle ou en puissance, un domaine de plus en plus productif (?) ; puis l'absence d'une institution de crédit industriel qui serait pour nos forces productives ce que le Crédit foncier est au crédit hypothécaire.

Un mal beaucoup plus difficile à réparer, c'est l'infériorité de l'enseignement professionnel en France. Notre pays avait jadis un quasi-monopole pour les industries de luxe, très rémunératrices ; mais, si aujourd'hui encore, des quatre ou cinq villes d'art : Nuremberg, Munich, Amsterdam, Milan et Paris, notre capitale est encore la plus favorisée, cette prépondérance tend à disparaître. L'Angleterre nous a ravi une bonne part de notre clientèle et un grand nombre des ouvriers d'art travaillant en France sont en réalité d'origine italienne. La création d'un enseignement professionnel donné, en même temps qu'à l'atelier, dans des cours complémentaires dont la fréquen-

tation, sous des modes à déterminer, serait obligatoire, s'impose aussi bien au point de vue économique qu'au point de vue social.

Cette crise de l'apprentissage — puisqu'il faut l'appeler par son nom — qui est de nature à augmenter le coût, et, partant, à diminuer les facilités de vente de nos produits, a, on l'entend assez, une répercussion considérable sur notre exportation et, par une conséquence plus lointaine mais inévitable, sur l'industrie du commerce maritime. Celle-ci est très malade. Vainement encore on a cherché le remède à une situation aussi pleine de périls tant au point de vue diplomatique et militaire qu'au point de vue économique. A ne considérer que ce dernier point de vue, la défaveur qui s'attache à notre commerce maritime entraîne les commissionnaires et entrepositaires étrangers à préférer d'autres produits aux nôtres, car c'est une loi non contestée que la marchandise suit le pavillon. Notre puissance maritime est descendue du deuxième rang au quatrième, et se voit menacée par la Norvège même, ce qui assurément est un comble ; et le fret que nous payons annuellement à l'armement étranger n'est pas moindre de trois cents millions, somme énorme dont il convient seulement de retrancher environ 18 millions, montant approximatif des bénéfices que rapportent à nos ports les escales des navires concurrents (1).

(1) On peut lire à ce sujet le beau discours prononcé à Paris le 17 mars 1908 par M. Thierry, député de Marseille.

## III

L'un des moyens détournés — le moyen direct essentiel serait, à ce qu'il nous semble, d'amener les Compagnies de chemins de fer français à consentir des tarifs d'exportation beaucoup plus réduits pour les marchandises devant constituer le « fret lourd de sortie » — ; l'un des moyens détournés mais efficaces de conjurer la crise de la marine marchande et aussi peut-être en quelque mesure la diminution de la natalité, la disparition de l'apprentissage, etc., tant il est vrai que les phénomènes économiques se commandent les uns les autres, — serait de créer à l'étranger des foyers d'appel de marchandises françaises, et nous sommes amenés ainsi à signaler la pauvreté de notre émigration et l'inexistence d'agences destinées à favoriser un mouvement en ce sens (1).

Et voilà tout ensemble l'un des motifs et l'un des moyens de travailler au développement de notre exportation ; mais à ce motif il faudra en ajouter d'autres, car les avantages du commerce international sont très considérables. En voici un qui est évident : permettre à chaque pays d'obtenir par voie d'échange ce qu'il ne *peut* lui-même produire ou ce qu'il pourrait à la rigueur produire mais moyennant des sacrifices exagérés. Même, on peut prétendre, en se basant sur les analyses d'Adam

(1) Il existe au contraire à Londres de nombreux commissaires d'émigration. Mais c'est surtout le général Booth et l'Armée du Salut qui ont organisé et organisent encore avec un vif succès l'émigration au Canada des sans-travail de Londres.

Smith et de Ricardo, que la loi de concurrence n'agit pas avec une parfaite efficacité dans les échanges internationaux, ce qui permet aux intermédiaires des bénéfices beaucoup plus considérables, qu'ils pourront augmenter encore par la connaissance des changes. Voilà le grand intérêt d'un pays à importer. Mais cette opération commerciale détermine une sortie d'or qui, à la longue, amène une dépréciation de plus en plus grave du change, oblige à des emprunts extérieurs fort coûteux, et finalement détermine une faillite nationale. Il faut donc un *moyen* de rétablir la balance commerciale, et ce moyen c'est l'exportation des produits. Cette exportation sera tout naturellement promue par les intermédiaires qui en tirent des bénéfices très considérables, les mêmes précisément que nous avons constatés à l'importation. L'exportation sera désirée encore par les associations de producteurs et par les trusts, si ces associations ou ces trusts ont la chance d'avoir un monopole ou un quasi-monopole de production qui leur permette de fixer les prix. L'exportation enfin sera l'œuvre de tous les producteurs qui ne trouvent pas sur les marchés intérieurs un débouché suffisant ; elle est donc en quelque sorte une *assurance* contre la *surproduction*.

L'exportation, n'est pas d'ailleurs seulement à l'instar de l'importation, profitable aux particuliers ; elle est d'un intérêt d'*Etat*.

Elle est d'un intérêt d'Etat pour les raisons financières déjà signalées.

Elle est d'un intérêt d'Etat parce que l'exportation des produits oblige nos compatriotes à voyager, à se créer des relations utiles dans les pays qu'ils parcourent.

Elle est d'un intérêt d'Etat parce qu'elle fournit du fret à notre marine marchande dont la prospérité est nécessaire à la politique nationale.

Elle est d'un intérêt d'Etat parce qu'elle modifie les goûts et la mentalité des étrangers, parce qu'elle nous crée des admirateurs et des partisans.

Et tous ces motifs justifient le droit d'intervention de l'Etat en faveur de l'exportation nationale.

C'est un droit qui, en doctrine, continuera de paraître à bon nombre de théoriciens comme contestable, mais qui, *en fait*, est reconnu depuis longtemps. C'est ainsi que l'Allemagne a créé pour tous ses produits des tarifs spéciaux, dits tarifs d'exportation, et qui ont pour résultat d'alimenter le fret des Compagnies allemandes de navigation. Celles-ci, de leur côté, consentent, d'accord avec l'Administration des Chemins de fer prussiens, badois et saxons, des tarifs dits de perfectionnement. Peuvent en profiter les produits mi-ouvrés en provenance de Mannheim, de Leipzig ou de Westphalie et qui sont destinés à des ports américains touchés par les navires allemands. Là on débarque ces produits qui sont transformés et achevés sur place par des usines allemandes qui, en même temps, se chargent de la vente à des prix naturellement inférieurs à ceux des produits achevés en provenance d'autres pays d'Europe, puisque ces produits, étant

achevés, doivent payer des droits de douane et que d'ailleurs leur transport n'a pas été subventionné. Peu rémunérateur pour les Compagnies de navigation, ce procédé a du moins l'avantage de favoriser l'exportation des produits et l'émigration des nationaux.

S'il est établi que l'Etat a *le droit* d'intervenir, l'intervention sera-t-elle pour lui *un devoir* ?

Pas nécessairement.

#### IV

Si les exportateurs arrivent à des résultats jugés suffisants, pourquoi leur venir en aide ? Pour la satisfaction de compter quelques fonctionnaires de plus ? C'est une satisfaction coûteuse et dont, par conséquent, il convient de se priver, hors le cas de nécessité démontrée.

Or, et c'est un fait trop ignoré, la balance des comptes étrangers nous est FAVORABLE.

Sans doute il y a encore déficit commercial, mais il tend à diminuer.

Entre 1884 et 1891 il atteignait en moyenne 901 millions ; dans la période de 1892 à 1899 il s'abaissait à 568 millions ; enfin dans la période de 1900 à 1907 le déficit commercial moyen n'était plus que de 308 millions.

Encore si la réduction de notre déficit commercial n'avait été provoquée que par une diminution du chiffre des importations, on pourrait à la rigueur la critiquer en remarquant que c'est un signe d'affaiblissement de notre puissance d'achat à l'étranger ; mais il n'en est

rien, fort heureusement, car la moyenne annuelle de nos importations qui n'était que de 4.287 (1) millions de francs pendant la période 1884-1891, s'est élevée à 4.902 (1) millions de francs pendant la dernière période 1900-1907, présentant ainsi une augmentation (moyenne, d'une période à l'autre) de 615 millions de francs.

Nos *achats* à l'étranger ont donc augmenté dans leur ensemble, mais nos *ventes* à l'étranger ont augmenté encore plus, puisque, d'une moyenne annuelle de 3.386 millions de francs pour la période 1884-1891, nos exportations ont atteint une moyenne annuelle de 4.594 millions de francs pour la période 1900-1907 : ce qui constitue une augmentation de 1.208 millions de francs. Et si, de cette augmentation de recettes d'ordre extérieur, nous déduisons l'augmentation de recettes de même nature, c'est-à-dire l'accroissement des importations, il reste entre les deux périodes une différence de 1.208 — 615, soit : 593 millions de francs au profit de la période 1900-1907.

*Ainsi, c'est uniquement l'augmentation de nos exportations qui a ramené le déficit commercial annuel de 901 millions de francs pour la période 1884-1891 à seulement 308 millions de francs pour la dernière période 1900-1907.*

Au surplus, les chiffres précédents ne donnent qu'une idée incomplète du développement de notre activité éco-

(1) Chiffres calculés par M. E. Théry : *les Progrès économiques de la France*, Paris, 1908, tableau de la page 72.

nomique depuis dix-sept ans. Supposons que la concurrence internationale n'ait pas eu pour effet une baisse générale des prix, baisse que nous pouvons mesurer avec exactitude par la lecture des statistiques de l'administration des Douanes, que serait-il arrivé ? Nous aurions à constater que la balance de notre commerce extérieur qui, en 1891, se soldait par 1.198 millions de déficit, se serait soldée en 1907 par un excédent de 89 millions de francs.

Dans le même ordre d'idées on peut faire une autre observation. C'est que fort heureusement notre pays ne se ressent nullement de son déficit commercial. Cela peut surprendre d'abord. Mais l'explication de cette apparente anomalie est bien facile. Il faut envisager le mouvement des métaux précieux que les statistiques douanières établissent à part. Or, depuis 1891 notre stock d'or s'est accru de 4 milliards (exactement 3.919 millions). Et cette importation résulte de l'importance de notre épargne, et nullement d'emprunts à l'étranger.

De l'ensemble de ces faits, nous dégagerons une conclusion. C'est qu'à l'heure présente notre exportation atteint un total à tous égards fort satisfaisant. Si l'on était en droit de supposer que la situation actuelle de la France dût se maintenir, assurément l'initiative privée devrait continuer à s'occuper et même s'occuper beaucoup plus activement qu'elle ne l'a fait jusqu'aujourd'hui de l'exportation des capitaux, de l'exportation des hommes et

enfin de l'exportation des marchandises; mais enfin peut-être pourrait-on se passer de l'intervention de l'Etat, ce qui pour un résultat identique par hypothèse est toujours préférable.

Par malheur, c'est l'histoire qui nous l'apprend, les périodes de crise tendent à succéder aux périodes de prospérité. Il est hors de doute que certains pays s'efforcent à discréditer nos industries de luxe : la contrefaçon, la concurrence à l'abri de tarifs de douane prohibitifs s'exercent de plus en plus. Même les nations libérales tendent à modifier leur régime économique. Et cet ensemble de faits et de symptômes est alarmant. Attendons-nous au pire si nous ne redoublons de vigilance et d'activité.

Précisément, l'une et l'autre nous font défaut.

L'activité surtout : nos industriels et nos artistes vivent aujourd'hui encore de leur réputation. Nos produits sont demandés, rarement ils sont offerts, nous manquons de représentants de commerce ; nous manquons de commerçants assez audacieux, assez confiants pour consentir de longs délais, et surtout nous manquons d'une institution de crédit spécialement orientée vers le commerce d'outre-mer. En vérité, nos compatriotes ont grand tort de négliger un moyen de conquête économique et cette source de larges profits.

Mais le gouvernement, lui aussi, a un devoir et c'est comme nous l'avons dit : la vigilance. Il doit informer les Français de ce qui se passe à l'étranger.

Quand, il y a dix ans, on a proposé aux Anglais de créer à leur usage un Commercial Intelligence Bureau, cette initiative gouvernementale a complètement échoué. C'est que l'exportateur anglais n'a pas la prudence du nôtre. Il prend vite un parti et risque de grands capitaux. Un agent officiel d'information lui paraît inutile et encombrant et il est convaincu que les agences, les banques et ses propres représentants le renseigneront et plus vite et plus complètement.

Cette manière d'envisager les choses est très intéressante. Elle est sans doute la meilleure pour l'Angleterre.

Mais la France et les Français sont aujourd'hui dans une situation un peu différente. Notre production est démocratique, elle est morcelée. Nos exportateurs, insuffisamment associés, manquent de fonds de réserve ; ils n'osent courir un risque. Et comme le sens de l'activité libre est par ailleurs peu développé, nous nous adressons au gouvernement et le supplions de venir en aide à notre paresse.

Impuissant à réformer les mœurs, notre gouvernement s'essaie, comme c'est son devoir, à parer au plus pressé et à satisfaire les desiderata qui lui sont exprimés.

C'est ainsi que depuis quelque douze ans ont été réalisées toute une série de réformes dont l'expérience a démontré à la fois l'utilité et l'insuffisance.

Ces institutions nouvelles ou rajeunies, il est nécessaire que nous les passions en revue.

## CHAPITRE II

### LES OUTILS ÉCONOMIQUES ACTUELS DE LA NATION FRANÇAISE POUR LA PROTECTION DU COMMERCE ET POUR LA CONQUÊTE MÉTHODIQUE DES DÉBOUCHÉS.

#### SOMMAIRE.

Les consuls. — Les Chambres de commerce. — L'Office national du commerce extérieur et les conseillers du commerce extérieur. Insuffisance de ces outils même au lendemain de la réforme consulaire.

De temps immémorial, notre commerce d'exportation s'est appuyé sur les consuls. Le consul, en effet, a toujours eu comme principale raison d'être la protection du commerce et des trafiquants nationaux.

Le caractère de l'institution s'est altéré dès 1681 en même temps qu'elle se développait. Le titre II de l'ordonnance sur la marine traite la matière « des consuls de la nation française en pays étranger ». Elle transforme les consuls en mandataires du Roi pour la légalisation, l'enregistrement, la police de la navigation. Ainsi les consuls ne sont plus à la disposition constante de notre commerce d'exportation. La complexité de leurs fonctions se dessine.

Cette transformation du consulat se poursuit jusqu'à nos jours dans le même sens. En l'an 1909 le consul a gardé la meilleure part de ses attributions judiciaires, mais il est en outre agent du Trésor, commissaire des postes, délégué du ministre de la guerre pour le recrutement, officier de l'état civil, président des conseils de famille. Dans certains ports, les fonctions de commissaire de la marine absorbent un temps considérable. C'est ainsi que le consulat général de New-York est surchargé de besogne administrative. A Bruxelles, en 1907, on a reçu 13.000 lettres, on a légalisé 5.000 signatures. Au Caire il a fallu présider 35 conseils de famille et recevoir 27.000 visiteurs (1). L'infinie variété de ces travaux empêche les consuls de s'occuper des affaires commerciales, encore moins des affaires politiques.

Sans doute ils adressent des rapports, mais, par la force des choses, ces rapports ne peuvent dans la plupart des cas témoigner d'études personnelles approfondies. Aux termes des instructions de 1851, les consuls doivent adresser tous les ans au ministère :

Un état des importations ;

Un état des exportations ;

Un état des exportations et des importations réunies des principales marchandises ;

Un état du mouvement général des principales mar-

(1) Ces chiffres ont été cités par M. Charpentier, premier secrétaire d'ambassade honoraire, dans une conférence faite à Paris le 3 avril 1908.

chandises (commerce général et spécial, transit, entrepôts) ;

Un état de la navigation, y compris le cabotage ;

— — — sous pavillon tiers ;

Un état des principales industries ;

Le cours du change ;

Le relevé des prix courants des différentes marchandises ;

Le cours du fret et des assurances ;

Des échantillons de produits.

Ils doivent aussi recevoir et classer les échantillons, prix courants et prospectus que leur font parvenir les industriels.

Enfin le gouvernement exige :

Des rapports annuels portant sur l'ensemble de la situation commerciale, industrielle, agricole et maritime du pays où ils résident ;

Des rapports périodiques étudiant les transformations économiques qui peuvent se produire sur les différents marchés de leur région ;

Des rapports spéciaux qui doivent contenir tous les renseignements de nature à intéresser plus particulièrement telle ou telle industrie.

Ces rapports sont, en majeure partie, publiés. Ils offrent de l'intérêt aux économistes et aux statisticiens. Mais ils manquent, pour les commerçants, d'utilité pratique.

Que désire le commerçant ? Un avis sérieux, précis,

rapide. De nos jours un progrès a été réalisé : les renseignements sont plus prompts. Mais sont-ils plus exacts ? Non, assurément et pour ce motif que le consul n'a pas la possibilité de s'absenter de son poste. Il s'en rapporte aux statistiques, aux journaux, aux documents de seconde main. Il est généralement moins renseigné que n'importe quel national résident.

Bref, un consul à poste fixe n'est pas, ne peut pas être un agent actif d'informations économiques.

Il a fallu chercher cet indispensable outil dans la création d'organismes complémentaires.

Le plus ancien en date : c'est la Chambre de commerce. Dans chacun de nos départements, il existe au moins une, souvent plusieurs Chambres de commerce françaises. Ce sont, auprès des pouvoirs publics, les organes des intérêts commerciaux et industriels de leur circonscription (1).

Quelques-unes de ces Chambres ont une idée très élevée de leur mission. La Chambre de commerce de Paris dirige un ensemble d'œuvres qui toutes ont pour but de concourir au développement de notre commerce extérieur. Elle administre directement quatre écoles (2). L'instruction y est tellement pratique et les résultats obtenus ont paru si remarquables qu'une évolution s'est

(1) Cf. la loi d'avril 1898 et le décret de janvier 1872.

(2) Savoir l'Ecole des Hautes Études commerciales, 43, rue de Tocqueville ; l'Ecole commerciale de la rive gauche, rue Armand Moisant ; l'Ecole de l'avenue Trudaine ; et enfin l'Ecole supérieure pratique de commerce et d'industrie, avenue de la République, 79.

faite dans les esprits en faveur de l'enseignement commercial ; en sorte que ces écoles sont plus florissantes que par le passé, bien que les élèves ne bénéficient plus de l'exemption d'une année de service militaire.

Dans un autre ordre d'idées, la Chambre de commerce de Paris examine avec le plus grand soin dans ses commissions des douanes et d'exportation, toutes les modifications qui doivent être apportées à nos conventions commerciales avec les nations étrangères. Elle étudie toutes questions avec la plus entière indépendance, sans aucun parti pris de doctrine, avec l'unique préoccupation de donner satisfaction aux intérêts généraux du commerce et de l'industrie.

La Chambre de commerce de Paris dirige et subventionne la Société d'encouragement pour le commerce français à l'étranger dont le but est de venir en aide aux jeunes gens qui désirent trouver un emploi soit dans nos colonies, soit à l'étranger. Elle leur fournit des subsides tant pour leurs frais de voyage que pour subvenir à leurs besoins pendant les premiers mois de leur séjour à l'étranger et la Société n'exprime qu'un regret, c'est de n'avoir pas d'occasions plus nombreuses d'utiliser les ressources dont elle dispose.

La Chambre de Lyon contribue plus puissamment encore au développement de notre commerce. Cette célèbre Compagnie, vieille de plus de deux siècles, est à la tête de toutes les entreprises. Elle accompagne la civilisation nouvelle « non seulement avec l'allure résignée de celui

qui marche parce qu'il ne peut pas faire autrement, mais avec l'ardeur et la joie de celui qui se sent mieux vivre en dépensant ses forces (1) ». Elle entretient des rapports étroits avec les Chambres britanniques et contribue ainsi au développement des échanges. Elle a pris maintes fois l'initiative de constituer ou de subventionner des missions : ainsi en 1843 pour le Français de Lagrenée.

Au lendemain de la guerre sino-japonaise et du traité de Simonosaki (17 avril 1895), et en présence des problèmes que ces deux actes posaient, l'utilité d'une étude plus approfondie du grand marché chinois, de ses ressources, de son avenir apparaissait nettement.

La ville de Lyon, qui de vieille date entretient avec l'Extrême-Orient des relations commerciales (2), et sa Chambre de commerce — émanation de son esprit de discrète et féconde activité, — décida l'envoi d'une mission ; et avec une largeur de vues et un désintéressement dont elle donne chaque jour des exemples elle associa les principales Chambres de France à son projet.

Dès le 15 septembre de la même année la mission s'embarquait à Marseille. Ainsi elle devançait de plusieurs semaines une mission japonaise, de plus d'un an les missions envoyées par la Chambre anglaise de Black-

(1) Discours de M. Isaac au Président de la République (Cf. le *Journal des Débats*, 21 mai 1907).

(2) En 1897, plus de la moitié des soies grèges exportées de Chang-Hai, 36.862 balles sur 70.690, étaient à destination de Lyon.

burn, par les Chambres de commerce allemandes de Crefeld, de Gladbach et de Brême. Et de plus de deux ans une mission américaine.

Et remarquons en passant qu'aucune de ces entreprises n'offrait l'envergure de celle de la Chambre de Lyon, soit à cause du nombre beaucoup plus réduit de ses membres et d'un programme beaucoup plus spécial, soit à cause d'une limitation géographique beaucoup plus stricte (en ce qui concerne la Chine tout au moins).

La mission parcourut longuement :

Le Yun-nan (capitale Yun-nan-fou) ;

Le Kouï-Tcheou (Kouï-Yang) ;

Le Hou-Pé (Ou-Chang) ;

Le Se-Tchouén (Chen-tou) ;

Le Kouang-Toung (Canton) ;

Le Kouang-Si (Kouï-lin) ;

Le Kiang-Sou (Sou-Tcheou) ;

Et revint en France dans l'été de 1897.

L'année suivante la Chambre de commerce de Lyon publia les rapports commerciaux et notes diverses rapportées de Chine par la mission qu'elle y avait envoyée ; et cet ensemble de rapports et de notes rédigés avec méthode, précision, clarté a servi d'une manière éminente l'intérêt général français. Il enseigne à nos compatriotes les coutumes familiales et publiques des Chinois, la circulation monétaire et les conséquences de la baisse de l'argent, les mesures, les poids, le mouvement général de chacun des grands ports, les courants commer-

ciaux, en bref il est une réponse à toutes les questions qu'il y a dix ans on pouvait se poser sur les *possibilités commerciales* dans la Chine du Sud.

A côté des chambres de commerce françaises de France mentionnons les chambres de commerce françaises à l'étranger. Ce sont des réunions de négociants décidés à s'entr'aider pour obtenir des renseignements ou se faire écouter du gouvernement de la mère patrie. La Nouvelle-Orléans prit en 1881 l'initiative d'un groupement de ce genre. L'exemple fut suivi avec enthousiasme, et dans la plupart des grands centres commerciaux étrangers, la France possède aujourd'hui une chambre subventionnée par le gouvernement. En juillet 1907, à Bordeaux, les chambres de commerce françaises se sont réunies en Congrès. On y a décidé la création d'une Union dont le Comité permanent s'est réuni pour la première fois le 5 novembre suivant, sous le haut patronage du ministre. Le président élu est M. Niepce, président de la Chambre de Genève.

Voici en quels termes cet honorable commerçant s'essayait à retracer les services rendus à la patrie par les chambres de commerce françaises à l'étranger :

«... Elles fournissent des renseignements aux négociants et industriels de la métropole et il est à ma connaissance des chambres où ce service a pris un développement considérable.

« Je n'ai pas besoin de vous faire remarquer son im-

portance, car vous savez tous par expérience combien il est difficile de se renseigner sérieusement sur la solvabilité, la moralité et la manière de traiter les affaires de nombre de maisons étrangères. Que de pertes de temps et d'argent sont ainsi évitées !

« Elles indiquent les procédés d'achat et de vente dans le pays de leur résidence, attirent l'attention du commerçant sur l'importance qu'il y a à apporter le plus grand soin au conditionnement des colis, aux avantages du franco de port et de douane qui tend à se généraliser, au mode de règlement.

« Elles signalent les fraudes...

« Elles fournissent des renseignements sur l'application des tarifs douaniers, les tarifs de chemins de fer, la législation.

« Elles attirent l'attention du ministre sur les améliorations à apporter à la législation commerciale et industrielle, ainsi qu'aux conventions et traités sur le point d'être renouvelés.

« N'oublions pas les conciliations, les arbitrages, qui évitent les frais considérables des procès.

« Ne servent-elles pas aussi au placement des jeunes Français à l'étranger ?

« Parmi tant d'autres services rendus, il y a celui du choix des représentants de commerce, si important et pour lequel elles apportent leur précieux concours.

« Enfin n'oublions pas de parler des publications que vingt chambres font régulièrement paraître. Ces bulle-

tins contiennent les informations les plus utiles ; ils sont tous adressés aux chambres de commerce de la métropole. On peut déplorer que certains commerçants ou industriels n'en fassent pas plus leur profit. Leur rédaction et leur impression si coûteuses en temps et en argent méritent un accueil plus empressé.

« Certaines compagnies ont organisé des musées commerciaux où il est possible de se rendre compte de la valeur des marchandises offertes.

« Les résultats pour certains produits ont été si bons dès le début que l'une d'elles s'est vu attribuer une importante subvention par le gouverneur général de l'Algérie.

« Une autre envoie à l'Office National du Commerce extérieur des collections complètes d'articles provenant de nos concurrents et de bonne vente dans tel pays.

« Ces collections ont été envoyées en France aux diverses chambres de commerce des centres de fabrication intéressés, afin d'être tenues à la disposition des industriels qui peuvent s'en inspirer pour modifier leur fabrication selon le goût des acheteurs étrangers...

« En résumé, l'action commerciale des chambres de commerce françaises à l'étranger est généralement féconde et leur action patriotique n'est pas moins profitable à la cause française. »

Également très digne d'admiration et d'appui, une institution connue sous le nom d'Institut commercial (1).

(1) Paris, avenue de Wagram. Le président du conseil d'administration est M. Lourdelet ; le directeur M. Klein.

Sa raison d'être, c'est de donner aux jeunes gens une instruction solide et pratique ; les mettre à même de visiter utilement les divers marchés du monde, d'y présenter et d'y vendre les produits d'origine ou de fabrication française ; préparer tout au moins, s'ils doivent rester en France, des chefs, des associés, des collaborateurs aux maisons qui sont en relations suivies d'affaires avec les pays étrangers. Aussi des soins particuliers sont-ils donnés à l'enseignement des langues modernes et, persuadé que, pour être fructueuse, cette étude doit être complétée par un séjour à l'étranger, le conseil d'administration a ouvert en 1906 une succursale à Liverpool. M. Paul Cambon lui a accordé son haut patronage. Il a fait plus encore : il a adressé un pressant appel aux chambres de commerce, aux conseils généraux et municipaux de France, aux grandes Compagnies, à de riches particuliers, afin d'obtenir des bourses qui permettraient de récompenser les élèves les plus méritants de nos écoles. L'ambassadeur termine ainsi sa circulaire : « Nous avons dans la succursale de l'Institut commercial de Liverpool, l'établissement le mieux fait, semble-t-il, pour nous donner des représentants *français* du commerce *français*. Je serais heureux si, en vous adressant cet appel, je pouvais contribuer à en ouvrir les portes à quelques jeunes travailleurs, énergiques, à l'activité desquels l'enseignement qu'ils trouveront dans cet établissement ouvrira un champ illimité et qui pourront devenir à l'étranger les artisans les plus précieux du développement industriel et commercial de notre pays. »

Cet appel a été entendu, mais il faut que ce premier effort soit poursuivi pour que l'Institut de Liverpool remplisse toute sa mission et qu'il soit ce qu'il a l'ambition d'être : l'école normale des représentants du commerce français à l'étranger.

Le haut commerce français s'applique donc avec ardeur, intelligence et succès au développement à venir de nos forces d'expansion. Mais quant au présent, les chambres sont un organisme insuffisant. D'une part, en effet, les personnages qui les composent sont très absorbés par leurs occupations personnelles et le temps leur manque pour l'étude détaillée des questions économiques particulières. Et, d'autre part, les renseignements donnés par les diverses chambres de commerce demandent à être groupés.

Donc une double lacune, dont la première sera comblée, espérons-le, quelque jour par l'institution des attachés commerciaux de consulat, et dont la seconde tend à disparaître depuis la loi du 4 avril 1898, portant création de l'Office national du commerce extérieur.

La synthèse, ou mieux la centralisation à Paris du plus grand nombre possible de renseignements, tel fut le but visé en créant cet Office (1). C'est un bureau d'Etat, mais dont la fondation et l'entretien sont dus en majeure partie aux Chambres de commerce de Paris, Marseille, Dunkerque, Lyon, Roubaix et Rouen.

(1) L'Office est situé à Paris, rue Feydeau, n° 3. Il fonctionne depuis le mois de mai 1898.

Tous les négociants et exportateurs français, même les plus humbles, peuvent s'adresser à cet Office ; les renseignements sont donnés avec exactitude et prudence ; ils sont gratuits (1).

Comment l'Office pourra-t-il se procurer les renseignements qu'on lui demande ? Par l'intermédiaire des conseillers du commerce extérieur, nouvel organe prévu par le décret du 21 mai 1898. Ces conseillers sont choisis parmi les industriels et négociants notables, et nommés pour cinq ans par le ministre du commerce. Ils doivent dans ce laps de temps, et sous peine de radiation, placer au moins deux Français dans une exploitation, entreprise, ou tout autre établissement commercial, industriel ou agricole, situé soit dans une colonie française, soit dans un pays étranger. Mais surtout, on les considère comme des agents d'information. Ils doivent renseigner sur l'état des marchés d'une région déterminée et sur les débouchés qu'y peuvent trouver tels ou tels produits de notre industrie ; sur les améliorations dont est susceptible leur expédition et sur les meilleurs modes de représentation qui doivent en accroître la vente ; sur les usages commerciaux et les conditions de paiement pratiqués sur les places étrangères ; en un mot, sur tous les moyens employés par nos concurrents pour développer leurs affaires et sur tous ceux qui pourraient faciliter d'une manière pratique les transactions com-

(1) Voir aux tableaux annexes un relevé de la « Marche de l'Office ».

merciales de la France avec la clientèle étrangère (1).

Il y avait en 1908 quinze cents conseillers. Six cents d'entre eux adhéraient à un Comité dit « des conseillers du commerce extérieur ». Ce groupement se divisait en quatorze commissions où les conseillers venaient travailler au gré de leurs préférences et de leurs affinités. Ce comité avait acquis une influence considérable et hors de proportion avec l'importance des intérêts qu'il prétendait représenter. M. le ministre du commerce a résolu de ne pas renouveler le mandat du plus grand nombre des 1.500 conseillers ; de nouvelles nominations ont été faites ; la liste complète paraîtra au mois de mai 1909.

Lorsque des conseillers en résidence ordinaire à l'étranger consentent au moment de leur passage à Paris à se mettre à la disposition des habitués de l'Office national, comment le public est-il averti des jours et heure de ces réceptions ? Par la lecture du *Moniteur officiel du commerce*. Ce journal paraît tous les jeudis ; il est rédigé pour partie au ministère du commerce (Direction des affaires commerciales et industrielles), et pour l'autre partie par les bureaux de l'Office national. Il comprend une partie officielle et administrative (conventions de commerce entre nations, textes nouveaux de législation commerciale française et étrangère ; extraits des rapports et dépêches des agents diplomatiques et consulaires) ; puis des informations et renseignements de toute

(1) Rapport du ministre au Président de la République, 26 décembre 1905.

sorte (enquêtes coloniales, concessions, adjudications, expositions, chemins de fer, communications maritimes et postales) qui font de ce *Moniteur* une publication indispensable à tous les exportateurs. Et cependant ce journal est peu connu, il ne compte pas plus de 900 abonnés. La faiblesse de ce chiffre indique chez nos exportateurs une négligence dont la France est avec eux la victime (1). La collaboration est insuffisante entre le monde du commerce extérieur et les hommes éminents et dévoués qui travaillent sans relâche à son succès. Il faudrait tendre davantage à se connaître et à s'entr'aider. Ne désespérons pas d'apprendre que demain nos exportateurs en France se sont essayés à se rendre service les uns aux autres et à former une vaste mutualité, sinon pour le crédit et les affaires proprement dites, au moins pour les informations.

Quant à présent, il y a scepticisme. Un commerçant n'arrive pas à se persuader qu'un autre commerçant, fût-il conseiller de commerce, consente à communiquer utilement à des concurrents possibles un renseignement précis. Légitime ou non, cette manière de voir est générale. Des exportateurs, non des moindres, n'hésitent même point à nier d'une manière absolue les services rendus par les conseillers du commerce. Leurs avis

(1) L'*Office* publie en outre une feuille d'informations et de renseignements, des notices, des monographies et des « dossiers commerciaux » qui sont des informations de détail et de caractère confidentiel.

seraient inexactes, ou vagues, ou tardifs, « les rouages de l'Office national méritent certes l'admiration ; mais la matière dont il fait usage est mauvaise ; et le travail qu'il accomplit reste stérile » (1).

Ce jugement peut paraître assez sévère. Il est exagéré, donc injuste en quelque mesure. Mais c'est une vérité que les commerçants attendent davantage de la réforme consulaire (2).

Cette réforme a été entreprise et avec beaucoup de méthode par le prédécesseur de M. Pichon, ministre des

(1) D'après l'interview d'un notable exportateur.

(2) Il serait injuste de passer sous silence l'effort de l'initiative privée à Nancy : la chambre de Meurthe-et-Moselle a créé très récemment (4 juin 1907) un « Office de renseignements économiques » qui est une imitation, mais originale, de ce qui a été fait par la chambre de Paris ; il a été reconnu officiellement par le ministère du commerce à la date du 10 décembre 1908 ; il a son siège à Nancy, 40, rue Gambetta.

On sait que le développement économique de la Lorraine est devenu très considérable, aussi la Chambre de commerce a-t-elle cru l'heure propice pour essayer de favoriser encore ce développement. L'Office qu'elle a créé ne rend pas seulement aux intéressés des services analogues (enquêtes, monographies, conférences, fiches de renseignements) à ceux que peut rendre, encore que dans une bien moindre mesure, la chambre même, il n'est pas seulement dans leurs recherches et leurs démarches un auxiliaire et un collaborateur ; il fait mieux, il publie en un bulletin peu coûteux et très apprécié tous les renseignements d'intérêts généraux pour les producteurs et commerçants ; il leur offre une bibliothèque où se trouvent des documents récents, des dossiers bien classés et faciles à consulter et aussi tout l'outillage du commerce moderne : sténographes, copistes, traducteurs, moyens de communication ; dans d'autres locaux de l'Office les agriculteurs et les industriels adhérents peuvent se réunir ; entre les uns et les autres il facilite des rapports féconds, c'est une Bourse de renseignements ; c'est un foyer de travail et de progrès (Cf. le brillant discours de M. Laffitte, secrétaire général, Nancy, 3 mars 1908).

affaires étrangères (circulaire du 30 juillet 1906) ; les résultats en furent réunis et mis en œuvre par M. Deschanel en un volumineux rapport qui date de l'automne 1907.

Non content de faire aboutir cette enquête sur la réorganisation des services extérieurs, M. Pichon nommait, le 6 novembre 1906, une commission des réformes administratives composée de MM. Crozier, ambassadeur, Gavarry et Thiébault, ministres plénipotentiaires, Berthelot, premier secrétaire d'ambassade. Ces commissaires remirent au ministre, le 15 décembre 1906, un rapport sur la réorganisation de l'administration centrale qui fut publié dans le *Journal officiel* du 3 mai 1907 en même temps que le décret du 29 avril qui codifiait la plupart des réformes réclamées par eux.

L'œuvre accomplie au Quai avec l'appui des commissions du budget a donc été considérable.

Voici d'abord en quoi consiste la réorganisation complète des services de l'administration centrale : naguère les diplomates voisinaient avec les consuls, mais il n'y avait pas de collaboration quotidienne, intime entre les uns et les autres. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1908, la direction des affaires politiques et commerciales a été réunie dans les mêmes mains. On a compris qu'en Orient les entreprises commerciales abritent des visées politiques et que par conséquent il est difficile d'étudier les unes sans étudier les autres. En Extrême-Orient, il est plus impossible encore de faire la distinction des intérêts d'un

pays et de ceux de ses nationaux. Et d'une manière générale aucun agent du Quai ne peut, dans la réalité des choses, effectuer un rigoureux départ entre les affaires politiques et celles d'ordre commercial.

Mais entre les subordonnés immédiats de ce directeur, comment répartir les affaires ? Il a paru que l'ordre géographique était le plus logique. Les questions politiques, commerciales, financières, contentieuses d'un groupe de pays sont désormais traitées dans leur ensemble par un service où sont mêlés les diplomates et les consuls.

D'autre part, il y a eu réorganisation des services extérieurs ; on a procédé à des réductions et des suppressions de poste, à un renforcement des postes subsistants ; l'avancement a lieu désormais dans une même zone.

Enfin les commerçants avaient réclamé, et avec beaucoup d'insistance, des rapports directs entre le ministère du commerce et les consuls. Mais le droit de contrôle qui, par conséquence, était accordé au département du commerce sur les travaux des consuls, n'était pas sans inconvénient (1). La dualité dans l'exercice de l'autorité ne peut que produire le désordre, favoriser l'intrigue et engendrer des conflits. Donc on a cru préférable de créer au Quai une sous-direction des renseignements commerciaux. Elle est et sera de plus en plus un lieu de contact permanent entre les consuls d'une part, et les commerçants et industriels d'autre part. Ainsi le minis-

(1) En ce sens Cf. Deschanel, rapport pour 1908, t. II, p. 87-88.

tère des affaires étrangères retrouve de la vie, il devient le ministère des « affaires faites à l'étranger ».

Toutes ces réformes sont excellentes, elles constituent un très remarquable progrès. Mais on ne peut prétendre que cet effort complémentaire de plusieurs autres soit suffisant. Des circonscriptions consulaires demeurent où le consul n'a pas la faculté de quitter sa résidence en titre, soit que des motifs politiques l'obligent à surveiller de très près les événements, soit que les moyens de transport fassent défaut. Les rapports particuliers, les monographies, les enquêtes commerciales, si en faveur aujourd'hui, supposent un contact de tous les jours avec les producteurs et les commissionnaires non d'une ville seulement, mais de toute une circonscription, de plusieurs circonscriptions. Il faut des consuls voyageurs, il faut des attachés commerciaux de consulat.

## CHAPITRE III

### ENQUÊTE GÉNÉRALE SUR LES ATTACHÉS COMMERCIAUX ET AGRICOLLES DES NATIONS ÉTRANGÈRES.

#### § 1<sup>er</sup>. — Les missions commerciales officielles.

Transformation de leurs titulaires en *attachés commerciaux*.

Depuis longtemps, on a reconnu la nécessité de compléter l'œuvre commerciale des consuls. L'institution des chambres de commerce à l'étranger, les musées commerciaux d'ailleurs très rares chez nous et mal organisés (on pourrait faire de tristes comparaisons entre les nôtres et ceux de Berne, de Trieste et d'Agram, pour ne citer que ces trois villes plus particulièrement connues), et aussi les conseillers du commerce extérieur n'ont pas d'autre but.

Mais, alors même que nos consuls, nos chambres de commerce, nos conseillers du commerce extérieur feraient au point de vue du développement de notre commerce tout ce qu'ils pourraient, tout le nécessaire ne serait pas accompli. Il est des travaux d'ensemble pour une contrée qu'il leur serait bien difficile sinon impossible (1)

(1) Cette restriction est justifiée par l'exemple que nous-mêmes avons donné au chapitre précédent. Mais *ab uno non disce omnes* ; d'ailleurs même la mission lyonnaise en Chine était d'un intérêt régional et assez spécial. En sorte que notre argumentation reste entière.

d'embrasser ; il est des besognes spéciales qui exigent des *déplacements* lointains. Donc il est indispensable d'envoyer à l'étranger des missions commerciales, non pas seulement des missions politiques à conséquences commerciales, comme la mission Homberg au Siam ou la mission Klobukowski en Abyssinie en 1907, mais des missions proprement commerciales confiées non pas à des agents de la carrière, mais à des spécialistes.

Voilà tout justement ce que les Allemands ont compris et pratiqué depuis longtemps.

C'est pour augmenter le prestige et les moyens d'action de ces spécialistes que le gouvernement impérial a eu l'idée de leur donner un domicile temporaire au consulat général le plus proche de la région où ils auraient à travailler. Ils les ont en quelque sorte *attachés pour ordre* à ce consulat.

Ainsi ont été créés les premiers attachés commerciaux. C'étaient des attachés commerciaux de consulat.

Plus tard, certains économistes en mission (et rien n'empêche que ces économistes n'aient été ou ne soient quelquefois des consuls ou des diplomates) ont été attachés par diverses nations, l'Allemagne exceptée, à une légation ou une ambassade et non plus à un consulat.

La fonction première et tout indiquée de ces derniers venus était de servir de conseillers à leur ambassade dans les négociations commerciales. Le titre de « conseiller commercial » était donc tout naturel (1).

(1) Pourtant celui d'attaché commercial (près la légation ou amba-

Cette remarque ne peut, comme nous le verrons, s'appliquer aux attachés commerciaux russes qui sont généralement des personnalités de tout premier ordre, ni à l'attaché commercial britannique à Paris qui est un diplomate de carrière et serait depuis longtemps titulaire d'une légation s'il n'avait préféré à toute autre la résidence à Paris.

C'est à eux surtout que conviendrait comme plus adéquat à leurs hautes fonctions le titre de conseiller commercial.

Enfin il existe un troisième type d'attachés commerciaux. Ce sont les attachés agricoles. Peut-être ce sont eux qui ont jusqu'à présent rendu le plus de services.

Ces trois types ont chacun leur raison d'être. Et c'est la conclusion qui se dégagera nettement de l'étude analytique, de la patiente et difficile enquête dont nous allons apporter ici les résultats (1).

sade de tel pays dans telle capitale) est plus usité. Cette préférence, pour regrettable qu'elle soit, s'explique. Toujours, en effet, il y a eu dans chaque légation importante, à *fortiori* dans chaque ambassade, un agent de second plan à qui était spécialement dévolue la charge de correspondre avec les consuls, consuls généraux, agents consulaires et négociants du ressort, et avec la direction commerciale du quai d'Orsay. Mais ce chargé des fonctions commerciales de la légation ou de l'ambassade est ou était le plus souvent un vice-consul. Tout au plus un consul ou un attaché d'ambassade. Et dans ces conditions il est clair que le chargé d'affaires ou ambassadeur ne considère son subordonné que comme un collaborateur lointain, un attaché.

(1) Nous n'aurions pu mener à bien ces recherches si nous n'avions eu la bonne fortune de trouver l'accueil le plus empressé auprès de tous ceux des diplomates étrangers auxquels nous avons cru pouvoir nous adresser. Ce nous est un devoir bien agréable de leur exprimer

## § 2. — Allemagne.

Il y a lieu de distinguer très nettement, en ce qui concerne l'Allemagne, les attachés de commerce et les attachés d'agriculture.

A. — *Attachés commerciaux.*

Les attachés commerciaux ont une origine prussienne.

En 1841, Dellenbusch lance l'idée d'une société allemande de commerce pour l'exploitation du marché oriental (1). Il propose aussi d'envoyer en Orient, au nom des industriels allemands, quelques jeunes hommes et de leur donner comme mission de se mettre directement en rapport avec les consommateurs indigènes sans passer par les commissionnaires levantins depuis longtemps habitués aux produits anglais et français. Presque en même temps le gouvernement prussien nommait un attaché commercial auprès de sa légation de Constantinople, mais cet essai n'aboutit à aucun résultat pratique. Dans les pays de mœurs orientales, il ne suffit pas de juger avec rectitude, il faut surtout gagner la confiance ou inspirer la crainte, en tous cas être connu, bien connu.

ici toute notre gratitude. Nous ne saurions oublier en cette occasion tout ce dont nous sommes redevable à M. le marquis de Servins d'Héricourt, ministre plénipotentiaire de France, et à notre très cher ami Roger Cosson, secrétaire de l'ambassade française à Berne, qui tous deux ont mis tant d'ardeur et de bonne grâce à nous procurer des relations et des documents indispensables.

(1) *Merkantil-Memoiren aus der Türkei*. Düsseldorf, 1841.

Les victoires de 1870 furent pour la Prusse la meilleure des réclames. Par un sentiment exagéré de la réserve qu'impose le malheur, la France refusa de renvoyer en Turquie la mission militaire qu'elle y entretenait. C'était faciliter à l'Allemagne la prise de position que son empereur convoitait. Il envoya une mission d'officiers d'élite ; von der Goltz était du nombre. Leur influence se traduisit fatalement en avantages commerciaux.

Mais il est remarquable qu'à cette époque même où il eût été si utile aux Allemands d'être avertis sur la véritable situation économique de l'empire, ils n'avaient plus personne pour les renseigner utilement. Ce fut pour eux un malheur et qu'ils doivent attribuer à la difficulté qu'ils éprouvent à revenir de leur première impression quand celle-ci a été mauvaise et nous savons que ce fut le cas vers 1850. Nos voisins apportent au travail beaucoup de méthode et de patience, mais une lenteur parfois excessive.

C'est ainsi que, refusant de se rendre compte que l'échec de 1850 était dû bien plus à la création prématurée de l'institution qu'à son inutilité, ils eurent à déplorer en 1889 la dissolution d'une Compagnie pour « promouvoir dans le Levant l'importation et l'exportation allemandes ». En 1881-1882, une commission d'ingénieurs et de chimistes fit une tournée d'informations commerciales à Syra, Salonique, Constantinople (excursion à Andrino-ple), Ismid, Brousse (et le port de Moudania), Smyrne,

Larnaca, Beyrouth et Jérusalem. On n'arriva même pas à couvrir les frais de l'entreprise (1).

Les motifs de cet échec ? Ils sont bien simples. Les voyageurs avant de partir avaient tenté de se renseigner près de leurs consuls ; et ceux-ci avaient négligé de leur apprendre l'A. B. C. des habitudes commerciales à l'intérieur de l'empire ; la nécessité d'agréer l'intermédiaire des traitants et des commissionnaires établis sur place, les seuls au courant des ressources du pays, de la solvabilité des détaillants et en état, par leurs relations locales, de se faire rembourser en argent ou en nature.

Un attaché commercial, un voyageur de consulat (ou de l'ambassade), s'il avait existé, eût enseigné à ses compatriotes les mœurs des vilayets, et eût, de la sorte, empêché cet échec, lequel fut d'ailleurs suivi de plusieurs autres.

Mais à l'époque dont nous parlons la fonction n'était remplie par personne.

Certes, l'Allemagne a eu des attachés techniques, ingénieurs pour la plupart, et qui avaient à noter les progrès industriels, les perfectionnements d'outillage, notamment aux Etats-Unis, en France, en Angleterre. Mais en outre ils avaient à étudier les questions commerciales, et ce fut leur perte. Car les consuls, mécontents, affectèrent de les dédaigner et mirent obstacle à l'accomplis-

(1) H. Loehnis, *Die wichtigsten Ergebnisse einer Informationsreise in der Levante*, et Dr J. Krauss, *Deutsch-türkische Handelsbeziehungen*.

sement de leur mission : on dut supprimer les attachés techniques, au moins en majeure partie.

Mais l'idée fut reprise vers 1890-1892, lorsque les Allemands se décidèrent à admettre que leur avenir commercial était sur mer.

Après l'exposition de Chicago, le gouvernement impérial adjoignit au consulat d'Allemagne en cette ville « un attaché commercial qui, sous la direction du consul, fait sur les affaires commerciales les études spéciales demandées par ses compatriotes. Il était dernièrement à Milwaukee pour étudier une affaire de bières. C'est, pour ainsi dire, le commis-voyageur du poste ; ou encore une sorte de consul debout auprès du consul assis. Grâce à ce dédoublement, le consul, qui doit à la fois demeurer à son poste et connaître sa circonscription consulaire, vaste comme l'Europe, atteint l'ubiquité désirable. »

C'est le consul de France à Chicago qui communique ce renseignement clair et plein d'intérêt ; il ajoute la réflexion suivante :

« Il est vrai que s'il était possible aux agents du département de visiter fréquemment leur circonscription, il en résulterait entre eux et les principaux industriels français ou étrangers de cette région, des relations personnelles qui les mettraient à même de mieux savoir ce qui s'y passe et de toujours s'adresser aux personnes les plus compétentes. Tous ces correspondants deviendraient ainsi, autant d'attachés commerciaux que le consul utiliserait au mieux des intérêts de ses compa-

triotés. Ils seraient souvent préférables aux agents consulaires (1). »

Donc en 1894 un attaché commercial allemand avait acquis une idée suffisamment précise de sa mission pour jouer un rôle actif sans empiéter cependant sur les attributions du consul impérial.

Aussi, en 1899, le ministre à l'Office impérial des affaires étrangères pouvait-il demander et obtenir du Reichstag un crédit de 55.000 marks pour « l'adjonction à des consulats impériaux d'experts pour les affaires commerciales ». Cette demande était appuyée de la note que voici :

« Des experts agricoles et forestiers (2) ont été envoyés auprès de diverses missions impériales à l'étranger ; par analogie et dès le début de l'an 1894, un expert technique pour les affaires commerciales a été envoyé à titre d'essai aux Etats-Unis d'Amérique et attribué jusqu'à présent au consulat impérial à Chicago. Cette institution a fait ses preuves. Aussi convient-il d'admettre les états de défense forcément assez considérables dans des pays aussi lointains. Et pour répondre à une invitation répétée des cercles industriels et commerciaux de notre pays, il ne faut pas se borner à envoyer aux Etats-Unis des attachés de commerce (Handelsattachés), mais ce sont aussi les autres pays importants au point de vue économique qu'il faut prendre en considération. Et

(1) Ce rapport est de 1894.

(2) Voir plus loin p. 48 et suiv.

comme tels viendront tout d'abord le Sud-Amérique et la Turquie (1). Pour faciliter la tâche qui incombe aux experts de commerce, pour frayer les voies à l'écoulement des produits fabriqués par l'industrie allemande, il est préférable d'adjoindre les nouveaux venus non pas aux légations, mais aux consulats les plus avantageusement réputés pour l'observation des intérêts du commerce : New-York, Buenos-Ayres et Constantinople.

« Faut-il prescrire aux experts de ne pas quitter ces villes ? Il faut au contraire leur faciliter le parcours de la région et leur donner à cet égard de la latitude. Et en conséquence il paraît indiqué de ne pas attribuer aux attachés commerciaux (comme on le pratique vis-à-vis des attachés agricoles) une somme déterminée *a priori* pour parer à leurs frais de voyage, mais de faire dépendre davantage du consentement des Affaires étrangères et l'entreprise de voyages d'informations et l'octroi des sommes nécessaires pour les accomplir. » Quant aux traitements, ils seront proportionnés à la cherté de la vie.

Ce projet fut adopté. En 1906 le crédit est monté à 257.150 marks pour dix attachés : Buenos-Ayres, Constantinople, Saint-Petersbourg, Shanghai, Valparaiso, Calcutta, New-York, Prétoria, Sydney (W. de Haas, 1903), Yokohama.

En 1907, le crédit est augmenté de 20.000 marks pour la création d'un poste nouveau à Rio de Janeiro. Des

(1) *Etat für das auswärtige Amt auf das Rechnungsjahr 1899*. Anlage III, p. 25. Traduction inédite.

missions temporaires sont envoyées en 1905, 1906 ou 1907 à Moscou, Mexico, Naples, Rome.

L'attaché commercial de Prétoria, M. Rouner, établit sa résidence principale à Johannesburg, ville quatre fois plus peuplée.

En 1908, le poste de New-York étant d'ailleurs maintenu, on crée un poste nouveau à Chicago, poste auquel on attribue 20.000 marks. — Au 1<sup>er</sup> janvier 1909, le crédit total prévu pour les « Handelsattachés » est donc de 300.000 marks.

Les attachés commerciaux sont restés en 1909 ce qu'ils paraissent être en 1894, d'après le jugement que nous avons eu l'occasion de rapporter (1), c'est-à-dire que leur œuvre reste associée à celle du consul et qu'ils sont en quelque manière les commis-voyageurs du consulat. Ils ne font que peu de rapports écrits. Mais ils entretiennent des correspondances. Ils diront par exemple ce qu'ils pensent de l'avenir d'un établissement industriel dont on cherche à placer les actions en Allemagne ; ou bien ils signaleront une imitation possible ou un nouveau mode d'emballage. Veut-on un exemple précis ?

Au commencement de 1906, l'attaché commercial de l'ambassade d'Allemagne à Constantinople a visité la province d'Adana ; il a fait un long séjour à Mersina où il a puisé de nombreux renseignements sur les importations. Ce n'est pas qu'il ne connût les quantités et les

(1) Cf. plus haut, ch. III, § 2, p. 44.

provenances, mais il voulait surtout examiner sur place les divers genres et les différentes espèces des articles importés de préférence ; il s'est spécialement informé des fers, tôles et cuivres, ces derniers importés principalement d'Autriche (1).

Bref, ils rendent aux moyens et petits commerçants les services que les grandes maisons de commissions obtiennent de leurs agents : aussi sont-ils redoutés par les grandes maisons de commerce. Celles-ci voudraient supprimer ces instruments de concurrence, et naguère encore le député de Hambourg venait demander la suppression de ces fâcheux fonctionnaires. Le Reichstag, plus soucieux de l'intérêt général que de l'intérêt particulier des firmes importantes de Hambourg, refusa toute suppression et maintint intégralement les crédits.

Le recrutement s'opère de la manière suivante : Les fils de commerçants, élèves diplômés des écoles supérieures de commerce, après un an au moins de stage dans une maison d'exportation et qui se sont fait remarquer par des publications, sont nommés à titre temporaire.

B. — *Attachés agricoles et forestiers.*

Au chapitre V de l'état des propositions budgétaires pour l'Office des affaires étrangères, nous constatons pour l'exercice 1895-1896 l'inscription d'un crédit nou-

(1) D'après une communication dont nous sommes redevable, — si nos souvenirs ne nous desservent, — à l'obligeance de M. de Clercq, consul général de France à Gènes.

veau du montant de 75.000 marks pour créations à l'essai d'experts agricoles qui seraient attachés aux plus importantes légations impériales (1).

Et l'on expliquait cette proposition dans les termes que voici (2) : « On a eu l'idée d'adjoindre aux missions impériales dans les pays les plus importants au point de vue du commerce et des produits agricoles, des experts en agriculture qui étudieraient à ce double point de vue les pays auxquels ils seraient affectés. Groupés ou synthétisés en un seul, les rapports de ces experts seraient propres à offrir tant aux autorités qu'aux intéressés des matériaux pleins de valeur pour la connaissance de la situation agricole des Etats étrangers. La motion a été appuyée avec chaleur par M. le ministre royal prussien pour l'agriculture : celui-ci attend de grands résultats de l'envoi de semblables experts... »

La demande de crédit fut agréée par le Parlement. Cinq experts furent nommés auxquels on accorda uniformément 15.000 marks par analogie avec les traitements accordés aux attachés techniques pour l'architecture (Bautechniker).

Les lieux de missions désignés furent tout naturellement les capitales des cinq Etats les plus importants à

(1) Aujourd'hui tous les attachés agricoles allemands comptent au personnel des consulats ; il ne peut guère en être autrement dans une organisation politique où les nobles forment une caste fermée ayant accaparé les postes diplomatiques.

(2) *Etat für das auswärtige Amt auf das Etatsjahr 1895-1896*. Anlage III, p. 12, 13. Traduction inédite.

ce point de vue : Pétersbourg, Washington, Londres, Paris et Vienne.

Les débuts de ces fonctionnaires parurent encourageants. En 1899 ils se nomment « experts agricoles *et forestiers* » et figurent au budget pour 118.000 marks, sans parler des prévisions pour frais de voyage (1). C'est de cette époque que date l'envoi d'un second expert agricole et forestier à Pétersbourg, création qui permettait à celui qui avait été titulaire de ce poste d'entreprendre un long voyage en Russie d'Asie et d'étudier les régions agricoles que la construction du Transsibérien allait appeler à la vie, et les répercussions que cet éveil pourrait avoir sur les marchés du monde (2).

C'est à cette époque encore que le chargé de mission à Vienne est invité à s'installer à Pesth ; quant à l'expert de Washington, on le retrouve en 1906 adjoint aux autorités consulaires impériales de Chicago. Trois postes nouveaux sont créés en 1905 : Copenhague, Montréal, Sydney, ce qui permet d'obtenir un crédit de 202.000 marks. A cette époque encore on confie à M. Schiedeman une mission agricole en Roumanie et on l'inscrit au personnel de la *légalion* d'Allemagne. Cette mission fut très courte.

En 1907, l'expert attaché à la *légalion* impériale de

(1) *Etat für das auswärtige Amt auf das Rechnungsjahr 1899*. Anlage III, Kap. 5, tit. 133.

(2) *Op. cit.*, titre 33a. — Voir aussi : *Le Transsibérien*, par A.-N. de Koulomzine, 1904.

Pesth devient attaché à la *légalion* impériale de Bruxelles ; l'expert attaché au consulat impérial de Sydney, Dr Hucho, est transféré à Montréal en remplacement de M. Scheck. Enfin un attaché à Rome obtient une mission d'études en Egypte (1).

En janvier 1908, la mission à Bruxelles est supprimée à titre provisoire. Quant à la mission en Australie elle n'a pas été renouvelée. Depuis cette époque il n'y a pas eu de nouveaux changements.

Les traitements des attachés agricoles allemands varient suivant le lieu de résidence, entre 12.000 et 20.000 marks ; on leur accorde en outre des indemnités de déplacement.

Ils jouissent de beaucoup d'initiative et de liberté. Tout de même il est de règle qu'ils se rendent à Berlin tous les ans pour la « semaine agricole » de février, laquelle dure environ deux semaines. C'est un bon moyen de ne pas perdre le contact des agriculteurs, et d'échanger avec eux des renseignements et des idées.

Les devoirs des attachés agricoles consistent à communiquer à leur gouvernement (2) tout ce qui peut avoir quelque intérêt pour promouvoir l'art agricole ou forestier, soit au point de vue directement pratique, soit au point de vue législatif.

(1) D'après une note qui nous est adressée de Berlin par un haut fonctionnaire de l'Office impérial des affaires étrangères (février 1908).

(2) C'est ainsi du moins que nous nous permettrons de traduire ces mots : *nach Hause zu berichten* (Lettre du baron de Herman-Schorn, 3 janvier 1908).

Les communications qui ont pour but une mise au point de la législation allemande sont assez rares.

Au contraire, les attachés agricoles allemands rédigent de très nombreux rapports ayant pour les agriculteurs un intérêt pratique immédiat.

Ces rapports seront de caractère scientifique ou bien ils seront œuvres de vulgarisation.

1° Dans le premier cas, ils seront publiés dans le *Bulletin de la Société d'agriculture allemande* ou dans le *Bulletin de la Société de viticulture allemande*.

C'est ainsi que l'attaché à Paris, le Dr Hailer, a publié en très élégantes brochures (1) une étude sur le commerce de cognac français, une autre sur les procédés de viticulture dans les Charentes, une autre sur les « essais de cossettes desséchées de betterave », d'autres encore sur les causes de la crise viticole dans le midi de la France, sur la culture de la pomme de terre, sur les procédés employés par la Société française d'agriculture pour intéresser le public aux nouveautés de légumes français, sur l'industrie mulassière en Poitou (brochure illustrée), etc., etc.

2° Dans le deuxième cas, on a le choix entre des communications aux grands journaux (le *Reichsanzeiger*, par exemple), ou des monographies vendues à des prix minimes : ainsi une monographie sur la culture des fruits en Angleterre, ou une monographie de l'organisation

(1) Vendues à Berlin au prix de 1 mark. Elles sont gratuites pour les membres de la Société d'agriculture.

comparée de la vente des beurres français, danois ou hollandais (par les attachés agricoles allemands de Paris, Bruxelles, Amsterdam et Copenhague).

Des études aussi variées, quoique toujours techniques, ont donné aux attachés agricoles allemands une légitime célébrité dans les milieux compétents. Ce sont des personnalités, et un mot de leur main est, pour la conclusion d'une affaire de commerce agricole international, un excellent début. Aussi arrive-t-il fréquemment que des importateurs allemands viennent trouver l'attaché agricole allemand domicilié à Paris, Copenhague, etc., et leur demandent de bien vouloir les mettre en rapport avec des producteurs, des vendeurs français, danois, etc.

Ces attachés s'occupent aussi d'une manière très active du placement des machines agricoles. Pour ménager leur crédit auprès des importateurs français, danois etc., les attachés d'agriculture allemands ont grand soin de se renseigner sur la valeur des modèles. Ils s'adressent à cet effet à la Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft qui chaque année procède à l'examen et à l'appréciation des nouveaux modèles. Accessoirement, ils pourraient s'adresser aux directeurs des musées commerciaux qui sont en Allemagne des organismes très vivants et merveilleusement organisés (1).

Comment les attachés agricoles allemands sont-ils préparés à leurs fonctions ? Tous sans exception sont

(1) Nous recommandons notamment la visite du musée de Stuttgart.

issus de l'Institut agronomique, et ces études spéciales sont considérées comme indispensables. On ne leur demande pas de connaissances juridiques, mais ils doivent être docteurs à la fois dans les sciences économiques et dans les sciences politiques.

Ils sont choisis par le ministre royal prussien de l'agriculture d'accord avec le secrétaire d'Etat des affaires étrangères, mais souvent ces fonctionnaires ne sont pas choisis parmi les sujets du roi ; aussi bien les attachés agricoles ont-ils le caractère de fonctionnaires d'Empire.

La question de l'affectation aux ambassades ou aux légations a été discutée, et surtout à propos des Etats-Unis, pays où la capitale politique est à une distance assez considérable du plus grand centre commercial de la République.

L'intérêt qu'offre pour l'Allemagne la présence aux Etats-Unis d'un attaché agricole est évident : les relations commerciales entre l'Allemagne et l'Amérique ont surtout pour objet les denrées alimentaires. Il est de toute première importance que l'ambassadeur d'Allemagne ait auprès de lui un spécialiste des questions d'agriculture et d'exploitation des forêts (1). Il faut que ce spécialiste connaisse à fond la législation de l'Union à cet égard et qu'il se tienne perpétuellement en contact avec l'Office d'Etat pour l'agriculture.

(1) Nous croyons savoir que, il y a dix ans, M. Cambon, alors ambassadeur à Washington, formulait un souhait analogue pour la France.

Dans ces conditions, ne semble-t-il pas que ce spécialiste doive élire domicile à Washington, à l'ambassade ?

Cette solution fut admise en effet de 1895 à 1902, c'est-à-dire au temps où M. de Herman-Schorn était titulaire du poste, mais elle n'est plus en faveur aujourd'hui ; il est permis de le regretter (1).

§ 3. — **Russie, Chine, Japon, Chili, République Argentine, Mexique, Norvège, Brésil.**

Il ne sera pas question ici des attachés agricoles russes, car il n'en existe qu'un et sa mission est des plus vagues. Il y a un an environ un écuyer du czar, le prince S. Galitzine, a été nommé attaché agricole à Paris, mais son rôle s'est borné à fournir quelques renseignements statistiques qui lui étaient demandés par le ministère impérial de l'agriculture (2).

Nous étudierons au contraire les agents commerciaux russes : ils ont à leur actif de très grands services rendus à la patrie. Leur existence n'est pas toute récente, et dès 1895, il se trouvait en France quelqu'un pour signaler l'initiative des Russes. C'est à cette époque, en effet, que M. Doumer, député et rapporteur du budget des Affaires étrangères, écrivait (3) :

« Les agents commerciaux que la Russie entretient à

(1) Cf. plus haut, p. 49.

(2) D'après une lettre du prince (mars 1909) et un entretien avec son représentant à Paris, M. L. Napoléon de Céligny, 18 mars 1909.

(3) Cf. rapport de M. Doumer, 1895, p. 256-258.

l'étranger sont des fonctionnaires du ministère des finances russe (section du commerce). Ils ont le titre de conseiller d'Etat. Leur rôle consiste dans l'étude et le compte rendu des conditions commerciales des pays étrangers, ayant pour but le développement du commerce russe. »

D'après une note de M. Raffalovitch :

« Le développement remarquable du commerce international sous l'influence de la politique douanière et économique des principaux Etats européens, au commencement du siècle courant, ne manqua pas d'éveiller auprès du gouvernement impérial, le besoin d'avoir des renseignements exacts sur le mouvement économique de l'Europe occidentale. Dès lors, le gouvernement se persuada de l'impossibilité de se satisfaire des rapports consulaires étudiant les questions économiques avec trop peu de netteté, et prit la décision de créer des agences commerciales dans les centres les plus importants du commerce international. »

Ainsi des agences commerciales furent créées à Paris, Londres, Berlin, Vienne, Bruxelles, Berne, Constantinople.

Pendant la guerre de Crimée, il n'en existait plus qu'une à Bruxelles, mais bientôt les intérêts du commerce national ne manquèrent pas de contraindre le gouvernement à rétablir les agences commerciales à Paris, Londres et Berlin.

En 1893, l'examen de la situation de la représentation des intérêts économiques à l'étranger, conduisit le mi-

nistère des finances à déposer au Conseil de l'Empire un projet de loi concernant l'établissement d'agences commerciales dans des points à désigner par le ministre des finances, pour quel but il y aurait lieu d'assigner la somme de 67.000 roubles métalliques (268.000 fr.) par an ; ce projet, après avoir été approuvé par le Conseil de l'Empire, fut sanctionné par le souverain le 27 décembre 1893.

Par la loi en question, il est remis à la décision du ministre des finances d'établir à l'étranger des agences commerciales dans la limite du crédit assigné pour cet effet dans le budget du ministère, avec la prérogative de fixer le terme de la rémunération des agents selon les conditions respectives de leurs résidences.

Jusqu'en 1893, le gouvernement impérial disposait de trois agences commerciales, savoir : à Paris, Londres et Berlin ; il vient d'en créer actuellement de nouvelles à Gênes, Washington et en Mandchourie. Les dépenses pour l'entretien des agences sus-mentionnées, montent à 29.000 roubles métalliques par an (116.000 fr.).

En général, l'appointement des agents commerciaux est censé être de 5.000 roubles métalliques par an (20.000 fr.), lequel terme varie tout de même, comme nous l'avons déjà indiqué plus haut, selon les conditions respectives de leurs résidences.

En ce qui concerne les fonctions des agents commerciaux, leur devoir est :

1° De sauvegarder les intérêts économiques de la Russie ;

2° De rapporter au gouvernement impérial tout changement introduit dans la législation commerciale et industrielle du gouvernement auprès duquel ils sont accrédités.

3° De fournir des renseignements sur toutes les questions principales de la sphère économique.

4° De faciliter l'écoulement des produits nationaux sur les marchés étrangers.

En outre, le département du commerce et de l'industrie élabore actuellement une instruction détaillée des rapports annuels, périodiques et casuels, ayant pour but la réglementation de cette matière.

Il y a une cinquantaine d'années que la Russie est représentée à Paris par un agent du ministère des finances pour les affaires du département du commerce et de l'industrie. Ce poste, avant d'être occupé par M. Raffalovitch, l'a été par MM. Boutowski et de That.

Le poste de Londres fut occupé de longues années par M. de Kamenski. Celui de Berlin, après avoir eu pour titulaire pendant 30 ans M. de Koumanin, fut offert à M. de Timiriaseff, ancien sous-directeur du département du commerce et des manufactures et l'un des négociateurs du traité de commerce avec l'Allemagne.

De tels noms donnent une idée de l'importance que le ministre des finances de Russie attache au poste d'attaché commercial dans les trois grands pays.

La conception russe de l'attaché commercial n'a pas changé. Celui-ci reste un économiste, un savant, un délégué du ministre des finances. Il n'est pas un voyageur, il est un homme d'étude, un conseiller et un conseiller très autorisé non pas seulement de l'ambassadeur, mais du ministre même.

Il est le type de l'attaché commercial d'ambassade (1).

Que la Russie ait à se féliciter d'avoir à son service des savants qui consentent à vivre presque sans cesse dans une capitale étrangère, à en étudier le marché, le crédit, les hommes, les mœurs, les lois, cela est d'évidence. Et sans doute est-ce un exemple à suivre pour tous les pays jeunes qui ont besoin de profiter du crédit et des expériences juridiques des grandes nations.

Mais la Russie n'a pas besoin d'attachés commerciaux de consulat à la mode allemande, c'est-à-dire des attachés commerciaux proprement dits. Elle n'exporte guère en effet que des matières premières : cuirs et peaux, lin, chanvre, et bois de toutes sortes. Dans le cas exceptionnel d'exportation d'un produit fabriqué, les chambres de commerce russes à l'étranger suffisent amplement à renseigner les importateurs. C'est un organe d'une grande souplesse et qui rend de grands services (2).

(1) Cf. plus haut, même chapitre, paragraphe 1<sup>er</sup>, page 39 et le début de la note.

(2) On peut se procurer les statuts et les comptes-rendus annuels de la chambre de commerce russe de Paris en s'adressant 24, boulevard des Capucines.

Que les matières premières puissent être écoulées sans efforts appréciables des producteurs, cela saute aux yeux ; toutes les nations du temps présent cherchent à perfectionner, développer ou acclimater sur le sol de la patrie le plus grand nombre possible d'industries, sans en excepter les industries de la guerre. Et toutes ces industries supposent l'abondance de la matière première, dont les débouchés sont ainsi assurés et à des prix que les statistiques indiquent comme très rémunérateurs.

A bien plus forte raison ne peut-il y avoir aucune difficulté à l'exportation des céréales. Car le froment, l'avoine et l'orge de Russie sont indispensables aujourd'hui à deux riches nations : les Pays-Bas et le Royaume-Uni.

Pas plus que l'Empire russe, et pour des motifs d'ordre semblable, la Chine n'a présentement besoin d'attachés commerciaux de consulat. Il est vrai que l'exportation du thé diminue légèrement, mais celle des fèves et gâteaux de fève a beaucoup augmenté ; de même l'exportation des matières premières destinées à l'industrie : fourrures, coton brut et soie (brute, grossière ou en pièces).

Déjà les matières premières commencent à se vendre plus cher. Car il se constitue en Chine une véritable économie nationale. Longtemps l'immense marché intérieur suffira aux débouchés des nouvelles industries, d'autant que celles-ci seront mieux capables que l'Amérique ou la Grande-Bretagne de produire à bon marché.

Dès 1903, un ministère du commerce a été créé à Pékin. Un an plus tard M. Shui Chum Shao (1) recevait sa nomination d'attaché commercial près la légation de Paris. Avec un sens très net des besoins d'un pays nouveau, le gouvernement chinois a indiqué au titulaire du nouveau poste que sa mission devait consister essentiellement à « centraliser les renseignements commerciaux » (2).

Depuis 1903 (3), le Japon entretient à Londres un commissaire spécial financier pour toute l'Europe ; il est chargé d'observer les mouvements des différents marchés financiers. Mais le Japon n'entretient aucun attaché agricole ou commercial proprement dit à aucune ambassade ni légation à l'étranger. Et l'utilité pour le Japon d'un fonctionnaire de ce genre n'apparaît pas en effet, puisque, d'une part, il n'exporte que des matières premières (soie brute, tissus de soie, tissus de coton, houille, minerais), et que, d'autre part, il possède des législateurs, des hommes d'Etat, des économistes très dignes d'être comparés à ceux des pays les plus civilisés.

Comme le Japon, le Chili, le Mexique, la République Argentine, n'exportent que des matières premières ; leur économie nationale est encore trop rudimentaire pour

(1) Remplacé par MM. Tsou Song Han, Sé Kong Liao, et en dernier lieu : Tchou Tsong Han.

(2) Lettre de M. Tsai Fou Tang, secrétaire de la légion impériale de Chine à Paris.

(3) Nous devons ce renseignement à une aimable communication de M. Yamanaka, secrétaire de l'ambassade impériale à Paris, lettre du 6 juillet 1908.

que le besoin d'un attaché commercial ait pu se faire sentir.

Quant à la Norvège, elle exporte surtout de la morue et autres poissons et aussi des bois. Ces poissons et ces bois peuvent être vendus par elle à des prix très inférieurs ; d'autre part le besoin de ces denrées ne tend pas à se ralentir, de telle sorte que pour ce pays encore, l'utilité d'un attaché commercial officiel n'apparaît pas.

De même, le Brésil est un pays très jeune. Ses exportations ne consistent guère qu'en fruits, coton, cacao, tabacs, sucre, peaux et pierres précieuses, et surtout en caoutchouc et en café. On pourrait être tenté de croire que de tels produits doivent pouvoir se vendre sans l'appui des fonctionnaires. Il en était ainsi en effet jusqu'à ces dernières années. Mais plusieurs Etats, et notamment celui de Saint-Paul, ont traversé une crise grave : les récoltes de café étaient devenues trop abondantes et les producteurs ne parvenaient point à écouler leurs stocks. Le gouvernement de Saint-Paul prit l'initiative d'une conférence avec les Etats de Rio et de Minas ; elle aboutit au convenio du 28 février 1906. Le Dr J. Tibiriça, président de Saint-Paul, fit réunir 8 millions de sacs de bon café ; il les expédia vers le Havre, Anvers, Hambourg. Ces sacs furent acceptés en garantie par des banques françaises, allemandes et britanniques qui s'engageaient à lancer un emprunt de 200 millions de francs. Cette somme permit de payer aux agriculteurs le prix des 8 millions de sacs.

L'opération de hausse artificielle due à l'habile inter-

vention du président de Saint-Paul a été nommée « la valorisation du café », parce qu'elle a eu momentanément ce résultat tant désiré : l'arrêt de la chute des prix.

Mais cette opération pour être parfaite doit être terminée par la vente à des prix rémunérateurs des stocks en entrepôt, et aussi par le maintien durable des prix. Ce résultat double pourra être obtenu si la consommation augmente suffisamment. Assurer cette augmentation, telle est précisément la fonction principale du « Commissariat de Saint Paul » à Anvers. Son directeur, le Dr Ferreira Ramos, est donc en quelque sorte un attaché mi-agricole et mi-financier.

Le même Etat de Sao-Paulo a chargé le Dr E. da Fonseca, jadis attaché au ministère de l'agriculture, de faire un voyage d'inspection dans les pays de colonisation japonaise ; il a parcouru ainsi le Texas, la Californie, les îles Sandwich, visité de nombreuses plantations et réuni ses observations en un rapport complet et détaillé qu'il a adressé au ministère de l'agriculture à Sao Paulo. C'est à la suite de ce rapport qui donnait une impression nette et exacte des résultats pratiques qui pouvaient être obtenus du travail nippon, que le gouvernement a pris la résolution de faire venir les premiers immigrants japonais qui, au nombre de 2.000, viennent de débarquer à Sao Paulo.

Car il ne suffit pas d'avoir en un jour de crise obtenu du crédit ; il faut mériter cette confiance ; il faut, et sans charges excessives pour la production, payer les intérêts

des emprunts. L'idéal serait que les surtaxes fussent divisées à l'extrême, et cette répartition entre un très grand nombre n'est possible que si les habitants se multiplient. On fera donc appel à l'immigration. Volontiers l'on accueillera les travailleurs d'Extrême-Orient, mais plus volontiers encore les capitalistes européens.

Tout spécialement le Brésil désire attirer les jeunes énergies françaises. Un député fédéral, M. de Paula Ramos, s'est installé à Paris (1) où, d'accord avec son gouvernement, il dirige la « Mission brésilienne de propagande ». Son but (2) est de faire connaître, aimer et coloniser le Brésil. Les moyens sont la participation aux expositions (Gênes, Bordeaux), ou même l'organisation spéciale et temporaire de musées des produits brésiliens (Toulouse, Vigo, Trieste, Prague, Budapest); ou encore l'indication des entreprises rémunératrices. Le résultat est magnifique : les immigrants sont devenus très nombreux, ils apportent beaucoup d'argent, ils sont pour cette terre fertile un nouvel élément de richesse, et d'autre part, les entrepreneurs acceptent volontiers de développer les travaux des ports (Rio Janeiro, Santos, Bahia, Rio Grande del Sud, Pernambuco).

Et pour conclure, nous noterons que le Brésil et l'État de Saint-Paul possèdent l'un et l'autre des commissaires agricoles et commerciaux; que ces fonctionnaires ont

(1) 28, Boulevard des Italiens.

(2) Cf. *Le Brésil Moderne*, 114 (boulevard Hausmann), Paris, numéro du 15 mai 1908.

travaillé, et avec beaucoup de succès, au développement de la richesse nationale, mais qu'à tout prendre ces « attachés commerciaux », puisqu'il faut les appeler par leur nom, ont une tâche plus facile et assez différente de la mission des attachés allemands ou français (1).

§ 4. — Les délégués commerciaux et agricoles de Hongrie et d'Autriche. Agents Roumains et Bulgares.

A aucune époque l'Autriche-Hongrie n'a eu d' « attachés commerciaux ».

Mais il est arrivé, depuis mars 1900, que la Hongrie, et plus tard l'Autriche, envoient dans quelques capitales étrangères (ou de grands ports comme Bordeaux) des spécialistes chargés d'une mission temporaire, et délégués du ministère du commerce ou du ministère de l'agriculture de l'un ou l'autre des deux pays. Ces spécialistes, tout en bénéficiant de l'appui officieux des diplomates, n'ont jamais été attachés aux légations ni aux consulats.

Il résulte des instructions générales de 1900 et non encore rapportées que les délégués commerciaux ou agricoles doivent communiquer les changements législatifs, enquêter sur la *politique* commerciale, coloniale

(1) En dernière heure, M. Fausto de Aguiar, premier secrétaire de la légation du Brésil à Paris, nous informe que le Brésil n'a en fait d'agents non diplomatiques que les consuls et leurs substituts, vice-consuls et agents consulaires. Les agents commerciaux dont j'ai parlé ne seraient donc pas des délégués officiels.

agricole et viticole, sur l'*enseignement*, sur les *inventions*, recherches, expériences et résultats obtenus dans cet ordre d'idées et de faits.

En outre ils doivent, tout comme des diplomates, dégager, et dégager très vite, l'essentiel des publications spéciales, provoquer les rapports, communiquer les nouvelles (prix, récoltes, etc.). Il semble bien qu'à cet égard l'utilité des agents commerciaux et agricoles ne soit pas contestée (1).

Que pour arriver à ce but, il soit nécessaire de vivre à l'étranger, cela est évident : des agents en résidence à Vienne ou à Pesth n'auraient pas les mêmes facilités de se tenir au courant des faits et des discussions juridiques dont ils sont l'occasion, ni par conséquent pour proposer les adaptations convenables.

L'agent en mission doit aussi servir d'intermédiaire aux délégués techniques des ministères. Mais il est dispensé de se mettre au service des particuliers

..

Au 1<sup>er</sup> janvier 1909, le ministère autrichien de l'agriculture a quatre « délégués-experts » : un pour l'Allemagne à Berlin, un pour l'Italie à Rome (en même temps délégué à l'Institut international d'agriculture), un pour la Suisse, l'Angleterre et la France à Berne, et

(1) D'après une aimable communication de M. le C<sup>te</sup> de Nemés-Hidveg, chargé d'affaires à l'ambassade d'Autriche-Hongrie en France.

un autre pour la Serbie et les autres Etats des Balkans ; la nomination de ce dernier est toute récente (1908). Le premier de ces délégués a été envoyé, il y a deux ans et demi. Les rapports, s'ils ne sont pas confidentiels, sont imprimés chaque mois dans un journal spécial, les *Mitteilungen der Fachberichterstatte* de K. K. Ackerbauministeriums, qui sont une sorte d'annexe à la revue mensuelle *Austria*, de Vienne.

En janvier-février 1909, le seul délégué à Berne y a fait insérer : une étude sur le marché du fromage et le marché du lait en Suisse, une autre sur les mesures prises en France pour combattre la falsification des aliments, une autre encore sur les innovations du budget d'Etat de l'agriculture suisse pour 1909, une quatrième sur les prix des superphosphates en France, une cinquième sur la situation de l'agriculture en Grande-Bretagne en 1908. Une sixième enfin a eu pour objet la chasse en Suisse.

Le traitement varie avec le pays et la situation antérieure du délégué ; il n'est jamais inférieur à 8.000 francs ni supérieur à 14.000, frais de voyages compris. C'est peu brillant. Et l'Autriche doit être singulièrement riche en hommes de valeur pour pouvoir à ce prix s'assurer le concours d'hommes aussi cultivés que M. le Bon de Henne, le délégué à Berne.

\*  
\* \*

Le ministère autrichien du commerce a des délégués à

Londres, Berlin, Bucarest et Rome. Il y a aussi dans d'autres villes quelques missions commerciales à durée réduite (3 mois à 2 ans).

Les délégués experts de la Hongrie n'ont absolument rien de commun avec ceux de l'Autriche, encore qu'ils aient des fonctions analogues. La Hongrie en effet a des intérêts commerciaux divergents de ceux de l'Autriche et parfois complètement opposés. Elle est ainsi amenée à demander une barrière douanière capable de protéger une industrie à peine naissante et à réclamer le droit d'entretenir à l'étranger des consuls spéciaux. Ces privilèges lui ont toujours été refusés par l'autre partie de la monarchie qui craint de voir s'approfondir le fossé qui sépare la Cisleithanie de la Transleithanie. De sorte que la Hongrie a été obligée de tourner la difficulté en nommant des délégués commerciaux ; ces fonctionnaires sont aujourd'hui quatorze et les villes de résidence sont : Amsterdam, Barcelone, Belgrade, Berlin, Berne, Bruxelles, Bucarest, Constantinople, Londres, Munich, Paris, Rome, Sofia, St-Petersbourg.

C'est il y a onze ans que pour la première fois l'on a confié une mission à l'étranger à un employé du ministère du commerce et on a généralisé petit à petit le procédé. Ce sont tous des fonctionnaires d'Etat.

Bien qu'ils fassent leur carrière à l'extérieur, ces employés en mission n'ont aucun caractère diplomatique ni consulaire ; ils conservent leur rang dans la hiérarchie du département du commerce : vice-secrétaire

ministériel, secrétaire ministériel, conseiller de section, conseiller ministériel.

Ils reçoivent d'assez beaux appointements (15.000 couronnes à Berne), mais ces appointements se réfèrent au poste et non au grade ; quand ils montent en grade sur place les appointements ne changent pas.

Ils sont nommés par le ministre hongrois du commerce qui pourtant demande *pro forma* au ministère commun des Affaires Etrangères s'il n'a pas d'objection. La réponse a toujours été affirmative, même en cas de nomination d'Israélites. Les choix ont paru jusqu'ici très heureux.

Les délégués commerciaux adressent toute leur correspondance au ministère hongrois du commerce sans user de l'intermédiaire du ministère commun de Vienne.

Cette correspondance a pour objet des études sur les mouvements commerciaux et industriels, sur les mesures législatives se rapportant aux grèves, aux conseils de prud'hommes, à l'enseignement industriel et commercial ; on doit noter les statistiques de navigation, les statistiques ouvrières (et celles du commerce agricole, s'il n'y a pas de délégué agricole hongrois dans le pays), on doit mettre en relief les résultats des expositions, communiquer les mesures sanitaires, les nouveaux projets de chemins de fer, de canaux, enfin on doit rapporter toute mesure administrative paraissant offrir quelque intérêt pour la Hongrie.

Les délégués sont en relations directes avec les Mu-

sées de commerce et naturellement aussi avec les Chambres de commerce ; il faut noter cependant que cette correspondance n'a pas pris tout le développement désirable parce que, en règle très générale, les Croates ignorent ou feignent d'ignorer la langue hongroise, tandis que, d'autre part, les délégués hongrois ne comprennent pas la langue croate.

Quand il le juge à propos, le ministre hongrois du commerce fait publier les rapports de ses délégués. Il existe à Pesth une revue en langue hongroise *Kozgazdasági Ertesito*, rédigée par le Musée de commerce Royal Hongrois : « M. Kir. Kereskedelmi Museum Budapest V Akadémia in 3 n. » ; elle contient les rapports consulaires ; c'est elle qui accueille aussi les rapports des délégués.

Comme titres de rapports (publiés ou non, mais rédigés) nous citerons : « Le nouveau projet de loi concernant les forces hydrauliques, les caisses d'ouvriers, le commerce extérieur en 1908, le budget des chemins de fer de l'Etat, l'assurance contre le chômage, le nouveau Code civil, la lutte contre la phtisie, la langue nationale, les nouvelles émissions, l'importation du bétail, la grève des employés des télégraphes... »

De l'objet de ces travaux, on peut conclure que la plupart ont plutôt un caractère d'information des centres administratifs qu'un caractère d'utilité directe pour les commerçants.

Bien que la Hongrie soit un pays essentiellement agri-

cole, elle n'a de délégués d'agriculture qu'à Berlin, Munich, Londres, Belgrade et aux Etats-Unis. Les services qu'ils rendent sont du même ordre que ceux dont l'Autriche est redevable à ses délégués-experts d'agriculture (1).

En Roumanie, le mouvement d'idées en faveur de l'institution d'agents commerciaux est encore peu prononcé. On vient pourtant de créer et de pourvoir deux postes, mais cette double nomination n'a été accompagnée d'aucun rapport. C'est une création budgétaire et qui a surtout pour objet, au témoignage de M. Nicolas Xénopol (2), d'amener les nombreux secrétaires et attachés de légation à se mettre au moins un tantinet au courant des questions économiques que, dans l'état actuel des choses, ils ignorent complètement.

Les agents commerciaux bulgares sont plus nombreux (3) que les roumains, mais en fait leurs attributions étaient jusqu'à l'automne 1908, d'ordre politique beaucoup plus que d'ordre commercial ; ils avaient leur résidence dans diverses petites villes des Balkans (4). Cette

(1) V. plus haut, III, 4, p. 67.

(2) D'après une lettre du 29 février 1908. — M. Nicolas Xénopol, docteur en droit, est directeur de la Revue bi-mensuelle, *Le mouvement économique*.

(3) Le crédit affecté à l'entretien de ces agents se montait pour 1908 à une somme totale de 300.000 francs et figure depuis 1896 non plus au budget du commerce mais à celui des affaires étrangères.

(4) Andrinople, Monastir, Salonique, Serès, Uskub ; la Bulgarie avait aussi en Europe occidentale — Paris, Anvers — des agents commerciaux à résidence fixe, c'est-à-dire des agents n'ayant pas de rôle commercial, n'étant pas non plus consuls chanceliers, mais cor-

institution hypocrite va disparaître. La Bulgarie se prépare de grandes destinées économiques (1) ; elle fait de grands efforts pour acclimater sur son sol des industries productives. La réussite est certaine mais encore éloignée. Et il n'est donc pas temps pour ce pays de songer à s'assurer les services d'attachés commerciaux proprement dits.

§ 5. — Les attachés commerciaux d'Italie, de Belgique  
et de Suède.

Dès 1898-1899, l'Italie avait un délégué commercial agricole près de l'ambassade royale à Constantinople. Petit à petit la somme inscrite au budget s'éleva jusqu'à 60.000 liras (exercice 1905-1906), ce qui permit l'entretien d'un plus grand nombre de délégués. En même temps

respondants officiels des institutions bulgares, telles que : l'administration des forêts, les nombreuses écoles techniques industrielles, les chambres de commerce bulgares de Sofia, Philippopoli, Roustchouk, Varna et les musées d'échantillons de caractère surtout industriel qui y sont annexés (D'après une interview de M. de la Fargue, agent commercial à Paris, 17 janvier 1908).

(1) Pour avoir une idée de l'avenir commercial et industriel de la Bulgarie, il faut voir le musée de Sofia. Cet établissement rend les plus grands services. Créé en 1899, il a pris une autorité considérable par le fait de la direction — à dater de novembre 1902 — de l'honorable M. M. V. Lascoff. Par malheur, ce patriote éminent a quitté la direction du Musée pour fonder à Sofia une maison de commerce. Mais il espère qu'un jour viendra où il pourra reprendre le service de l'Etat et perfectionner ce Musée, par exemple par l'amélioration de la vente, la multiplication des produits exposés, la diminution du taux des prêts sur warrants, et enfin la création de succursales à l'étranger, bien nécessaires succursales si l'on songe que, par exemple, les Français ignorent totalement les tapis de broderies bulgares.

paraissait le décret royal du 21 décembre 1905 qui aujourd'hui encore est en vigueur (1). Ce document attribue aux attachés commerciaux des devoirs multiples : c'est ainsi qu'aux termes des articles 14 et 16, ils auraient à tenir leur ministre au courant :

1° De toutes les conventions internationales de caractère économique ;

2° Des règlements douaniers et des modes d'application ;

3° Des statistiques commerciales du trafic avec l'Italie et des chances du développement de la consommation de tel produit italien à déterminer, avec indication des difficultés de la concurrence ;

4° De la législation sur l'industrie et la prévoyance sociale.

Ils devront aussi, de leur propre initiative ou sur demande du ministère, faire connaître :

1° Les sociétés commerciales et industrielles les plus intéressantes et les plus renommées ;

2° Les prévisions de récoltes et le chiffre des stocks en réserve de produits tels que soie, charbon, céréales, vins, cotons, etc.

Des recherches de cette sorte sont d'un extrême intérêt.

Pour l'Italie, c'est surtout en France qu'il convient de faire faire des travaux de ce genre. Notre capitale est un

(1) Cf. *Gazzetta Ufficiale del 12 Marzo 1906*.

très important observatoire douanier, et notre territoire un champ très vaste d'études et d'applications sociales. Le voisinage des deux peuples italien et français, l'importance de la colonie ouvrière sicilienne ou napolitaine qui réside sur notre sol, la réalisation progressive d'accords franco-italiens, donnent à ces observations un intérêt tout spécial.

Que si l'on songe à développer dans la péninsule certaines industries déjà existantes, ou à en implanter d'autres pour lesquelles l'Italie se trouve encore tributaire de l'étranger, ne faudra-t-il pas recourir aux capitalistes de France? Aussi longtemps que persistera l'insuffisance des capitaux italiens, le marché français aura pour cette nation amie une importance que de part et d'autre des Alpes on aperçoit clairement. Cette importance, il est vrai, a été diminuée à deux reprises : par la guerre de tarifs et par la conversion de la rente.

Ainsi est toute tracée en France et à Paris la tâche d'un attaché commercial d'ambassade. La mission parut s'imposer. On en confia la direction à un économiste, le comte Sabini, auteur de travaux fort appréciés.

C'est également un économiste, le professeur Ravaoli, qui a été envoyé à Washington. Car, à se placer au point de vue italien et la question financière étant réservée, une mission commerciale aux Etats d'Amérique apparaît comme analogue à la mission du comte Sabini en France (1).

(1) Il arrive que M. Sabini voyage à Londres et qu'accidentellement

Là comme chez nous il faut préparer des conventions pour la protection des ouvriers italiens et l'exécution fidèle de ces accords, la surveillance des tarifs fluviaux et de chemins de fer, le recueil d'informations rapides et sûres touchant la marche de la politique commerciale américaine.

Pour l'Empire ottoman il y a un attaché commercial, M. Melia.

Il n'est pas démontré que cette mission ait aujourd'hui encore une raison d'être. Les Italiens ont pris en Orient une situation prépondérante et qu'accusent avec force les statistiques dernières; ils peuvent profiter de la vitesse acquise sans mettre à contribution le dévouement d'un fonctionnaire. Mais cet attaché a rendu des services. Il a bien mis en relief, dans ses rapports (1), le besoin de tenir compte des conditions générales économiques du pays dans lequel il devait avoir une action. Un tarif de douane prohibitif, l'absence de routes, et d'autres causes économiques ou même essentiellement politiques constituent des obstacles insurmontables et paralysent tout effort individuel. Il faut tourner les difficultés; l'attaché commercial indique, et gratuitement, la manière. L'un des résultats de ses conseils a été la

il se mette en rapport avec le public et parvienne à développer l'importation du beurre, des œufs, des poulets. . .

(1) On les trouvera 3, rue Feydeau, ou 5, Galerie d'Orléans, à Paris, dans la collection des bulletins officiels de l'Agriculture, Industrie et Commerce.

fondation en février 1907 de la Société commerciale d'Orient dont le siège est à Venise, et qui facilite les affaires industrielles en Turquie.

Ainsi l'attaché commercial à Constantinople a dirigé avec prudence, économie et rapidité les efforts de tous ceux de ses compatriotes qui s'adressaient à lui avec les moyens généraux du succès : la volonté, les capitaux.

Dans d'autres centres, la Roumanie, la Prusse, la Tripolitaine, il y a aussi un attaché, mais dont le traitement est moindre et le caractère essentiellement commercial dans le sens technique du terme. Dans des cas semblables le succès dépend de la valeur personnelle du chef de la mission, de son initiative, de son ardeur au travail, de son sens pratique, de son flair, de sa capacité de rendement. Et à un tel agent on ne peut ni ne doit demander des rapports. Qu'il agisse, et tout sera pour le mieux (1). Tous les chefs d'entreprise de banque, tous les directeurs d'une maison de commerce ont noté qu'une personne ayant la pratique et le sens des affaires peut,

(1) En fait, on attend de lui l'enrichissement des musées commerciaux et toutes sortes d'indications pratiques, savoir :

Taxes locales ;

Prix des denrées ;

Moyens de communication et tarifs ;

Usages du commerce ;

Règles du crédit ;

Expositions locales, etc. (Cf. décret et articles cités).

Ces informations étant des renseignements de faits rentrent à merveille, à notre avis, dans le cadre des devoirs du consul voyageur (attaché commercial de consulat). Mais il ne convient pas d'allonger cette liste outre mesure.

même dépourvue de culture, accomplir des miracles (1).

Mais le choix de cette individualité sera difficile ; il appartient au ministère du commerce qui encourt ainsi une forte responsabilité. C'est aussi le ministère de l'agriculture et du commerce qui doit indiquer les lieux dans lesquels une mission commerciale peut devenir utile.

Le délégué reçoit des indemnités suffisantes pour lui permettre de parcourir la circonscription dans laquelle il se trouve, se créer des relations personnelles et d'affaires, connaître les hommes et les choses et être en contact continu avec les sociétés et avec les banques les plus importantes, c'est-à-dire faire pour le gouvernement et la famille italienne ce que les particuliers font pour leur propre intérêt ou pour celui d'une société quelconque.

Diverses associations belges se sont récemment occupées de la question des attachés commerciaux (2).

Au Congrès de Mons en 1905, le délégué de la Fédération des chambres de commerce a mis en relief ce fait que la Belgique « ne possède ni marine, ni banques établies au dehors, ni représentants ou voyageurs visitant la clientèle étrangère, ni aucun des autres organismes propres à développer le mouvement commercial » à l'exception des consuls. Mais ceux-ci ne peuvent assez sou-

(1) M. Verstraete, directeur de la Banque du Nord, nous a paru très affirmatif à cet égard (Saint-Pétersbourg, juillet 1907).

(2) Il va de soi qu'il ne peut être question d'attachés agricoles pour ce petit pays plutôt industriel et maritime, peu étendu et d'ailleurs surpeuplé.

vent répondre qu'avec peine au surcroît de besogne administrative (ainsi à Rotterdam) ; ils sont d'ailleurs peu nombreux.

Pour remédier tant bien que mal à cette situation si désavantageuse au commerce d'exportation, divers palliatifs ont été suggérés.

Dans la dernière discussion du budget des affaires étrangères au Sénat, M. Henricot a proposé, à titre d'expérience, d'employer une partie des vice-consuls comme agents volants ou mobiles. Ils seraient attachés pour ordre à des consulats généraux ou à des légations, d'où ils rayonneraient dans la région et étudieraient les moyens pratiques d'en développer les relations commerciales. Ce seraient des consuls voyageurs : « Qu'on essaie donc, s'est écrié l'honorable sénateur, d'utiliser en ce sens nos vice-consuls, jeunes et bien armés, pour faire d'actives explorations commerciales ! » Deux ou trois pourraient être chargés de visiter, par exemple, l'Espagne et d'y faire une « propagande intelligente ». De même dans les pays des Balkans, et en Grèce.

Que faut-il entendre par ces mots « propagande intelligente » ? On pourrait fonder des syndicats industriels et commerciaux, qui indiqueraient leurs desiderata aux agents voyageurs, leur fourniraient tous les renseignements nécessaires (prix, etc.), et même des échantillons peu encombrants représentant en quelque sorte un petit musée commercial belge qu'ils pourraient exposer dans les villes.

La proposition de M. Henricot semble tout à fait pratique. Elle s'inspire directement de l'exemple de l'« attaché de consulat », tel que les Allemands l'ont créé en Amérique. Mais on pourrait être tenté de critiquer cette tendance à considérer le vice-consul belge en tournée commerciale comme un représentant de commerce, et de fait les syndicats industriels et commerciaux peuvent bien, s'ils veulent étendre leurs marchés, envoyer un représentant à frais communs pour faire les exhibitions d'échantillons dans les centres étrangers dont ils désirent faire la conquête.

Le rôle propre de l'attaché commercial ne doit pas en effet se confondre avec celui du représentant de commerce.

Il ne doit pas vendre, il doit *voir* ; renseigné avant son départ sur les desiderata des exportateurs, il doit *étudier* la faculté d'absorption des marchés qu'il étudie, et, le cas échéant, servir de *trait d'union* entre ses compatriotes et les maisons d'importation.

Pour la Belgique comme pour la France, le rôle économique de l'attaché commercial de consulat consiste à faire des *enquêtes* circulaires et des voyages d'*études* comparatives.

C'est assez dire que nous approuvons le gouvernement belge d'avoir « amorcé » la création d'attachés commerciaux de consulat par l'adjonction de jeunes vice-consuls à certaines légations. Assurément ce ne sont guère encore que des stagiaires, mais leurs études antérieures

les ont très bien préparés à remplir le rôle, qui, d'après notre thèse, doit être celui de l'attaché commercial de consulat.

Vainement on leur reprocherait — avant l'heure — « l'esprit fonctionnariste, la déformation administrative (1) ». La vérité est que parmi les jeunes gens, fussent-ils consuls, l'esprit d'initiative et de progrès se rencontre assez souvent, et que s'il ne faut pas hésiter, le cas échéant, à choisir en dehors de la carrière la « compétence indiscutable » dont on pourrait avoir besoin et qui ferait payer bien cher ses services, c'est néanmoins dans le cadre consulaire (ou diplomatique) que, pour des raisons d'ordre à la fois théorique et pratique, il faut par préférence rechercher les futurs attachés commerciaux de consulat.

Assez différent — mais seulement en apparence — a été l'avis du ministre des affaires étrangères de Suède. Lorsqu'en 1906, S. Exc. M. Trolle sollicita du Riksdag un crédit de 36.000 couronnes pour accorder des missions temporaires d'attaché commercial, il fit observer que le ministre entendait se réserver la plus grande liberté pour le choix des personnes.

Il affirmait que dans sa pensée on ne devait encore que se livrer à des expériences, et que par conséquent il

(1) Cf. *Revue économique internationale*, 20 mars 1908.

ne fallait pas créer de nouveaux fonctionnaires. En fait, parmi les trois élus de 1907, aucun n'est issu de la carrière. L'un est ingénieur, les deux autres sont des hommes habitués à la pratique commerciale. Les résidences actuelles sont Buenos-Ayres, Constantinople et Shang-Haï, mais ces résidences sont essentiellement temporaires et provisoires, puisqu'aussi bien il ne s'agit encore que d'expériences dont le succès est subordonné à la souplesse de ce micro-organisme.

Les attachés font leurs enquêtes d'accord avec l'Association générale des exportateurs de Suède dont la bibliothèque, le bulletin bi-mensuel et les efforts d'organisation sont si justement appréciés.

A Paris non plus qu'à Berlin, il n'y a d'attachés commerciaux (1), mais seulement un conseiller consulaire de légation comme il y a un conseiller diplomatique de légation. Car en Suède, comme en France, la mode est, depuis quelques années, de considérer les ministres plénipotentiaires comme agents de la politique *et du commerce* de la nation. Ces envoyés extraordinaires du souverain ont toujours l'appui d'un conseiller, mais celui-ci ne peut faire des enquêtes, il doit rester à son poste où le retiennent en fait, et très justement, les préoccupations diplomatiques et mondaines. Les loisirs — sinon la compétence — lui manqueraient totalement pour répondre à des questions comme celles-ci :

(1) L'importation suédoise se fait en France par le port de Rouen. Elle consiste principalement en bois de pin ou de sapin.

1° Comment s'opère le ravitaillement de la capitale ?

2° L'inspection des viandes est-elle sérieusement organisée ? De quelle manière ?

3° Quelle est la législation des loteries ?

4° Quels encouragements sont donnés à l'exportation des produits agricoles (1).

Le savoir en législation et en coutumes commerciales ne peut raisonnablement être demandé, au-delà d'une certaine mesure, à un agent qui a d'autres occupations et d'autres goûts. La confusion entre les fonctions diplomatiques et consulaires ne peut être que superficielle ; la décréter comme on fait aujourd'hui, c'est aller contre la loi du progrès qui exige la division du travail et une différenciation des organes non exclusive de la coopération.

Et voilà pourquoi la Suède a nommé aux légations de Paris et de Berlin un conseiller commercial qui a toutes les attributions de notre futur attaché commercial d'ambassade ou de légation (2).

(1) En France, le public averti a vite fait de se renseigner avec abondance sur la législation étrangère ; les bibliothèques suédoises au contraire ne sont pas suffisamment outillées. Le seraient-elles, il ne manquerait pas de personnes assez paresseuses et indiscrètes pour demander aux diplomates mille indications qui n'ont aucun rapport avec les connaissances et les devoirs d'un agent de la carrière. Il en est ainsi en Suède comme en France.

(2) En fait le conseiller actuel et son prédécesseur n'ont pas cessé d'être malades. La fonction est donc remplie par le conseiller de la légation de Paris, M. F. de Klercker.

§ 6. — Les attachés commerciaux du Royaume-Uni et de quelques possessions britanniques.

C'est en 1881 que fut nommé le premier attaché commercial britannique. Cette nomination ne fut accompagnée d'aucun décret, d'aucune explication. Mais le chef du Foreign-Office ayant estimé qu'il pouvait y avoir avantage à posséder en France un correspondant bien au courant du marché de notre pays et de ses institutions et mœurs commerciales, il prit l'initiative de la création jugée nécessaire. Sir Joseph Crowe fut installé à Paris. Il resta jusqu'en 1895 titulaire de ce poste.

Ses instructions comportaient d'entreprendre les voyages qu'il jugerait opportun et de traiter à l'ambassade les affaires commerciales, litigieuses ou autres qui pourraient être soumises à l'ambassadeur, soit par les consuls, soit par les particuliers. Les consuls en France ne dépendaient nullement de l'attaché commercial ; ils adressaient leurs rapports à Londres même ; ils se montraient parfois fort empressés à fournir à l'attaché les informations dont il pouvait avoir besoin et qui leur étaient demandées sous la signature de l'ambassadeur.

Il semble que, dès cette époque, le Foreign-Office ait eu l'idée très nette des services qu'il convenait de demander à l'attaché commercial d'ambassade. Les pouvoirs et les devoirs du consul britannique étant limités à un district ou à une ville, « s'il se présente à lui une difficulté qu'on ne puisse trancher d'accord avec les au-

torités locales, il en réfère à l'ambassadeur qui, avant de traiter l'affaire, la fait étudier par l'attaché commercial (1) ».

L'attaché commercial britannique à Paris, était bien un collaborateur prochain et un conseiller de l'ambassadeur. Cette mission était d'autant plus profitable que l'attaché commercial, économiste par vocation, était, en titre, un diplomate (2). Sir J. Crowe a été remplacé par un autre diplomate, Sir Austin Lee, qui remplit exactement les mêmes fonctions.

Le traitement est assez considérable : 37.500 francs, ce qui permet à Sir A. Lee d'avoir des secrétaires. Sous sa direction ils entreprennent des travaux pour lesquels ils ne dédaignent point de se servir, à l'occasion, des rapports consulaires qui sont envoyés de Londres après l'impression. L'attaché ajoute les informations, qu'il a pu recueillir de son côté, car il entretient de nombreuses relations dans le monde commercial ; à l'occasion, il envisage au point de vue de l'économie nationale certaines questions de statistique et de finances. Mais ces rapports n'ont aucun caractère de périodicité, ils ne sont que la conclusion d'un voyage ou le complément de l'étude d'un sujet. Les rapports sont remis à l'ambassadeur qui les adresse au ministère.

(1) D'après une note de Sir Austin Lee, conseiller de l'ambassade britannique à Paris.

(2) M. Crowe était consul général en Allemagne. Mais lors de sa nomination comme attaché commercial, il fut présenté à la Reine, formalité observée pour les seuls diplomates.

A l'instar du comte Sabini et de M. Raffalovitch, Sir H. Austin Lee étudie les questions sous un angle très général. C'est ainsi qu'il a remis un rapport sur l'utilité des consulats britanniques ; il s'est demandé si, avec la transformation des chemins de fer de l'Europe centrale, le nouveau système des services maritimes et les présents courants commerciaux, les consulats correspondaient avec le but pour lequel ils avaient été établis. Ceci évidemment n'a rien à voir avec l'œuvre d'un attaché purement commercial, mais au point de vue économique national, une enquête de ce genre a pu rendre un signalé service.

Quant au prédécesseur de Sir A. Lee, Sir J. Crowe, il était moins économiste que commerçant. Il avait fait de tout, sauf des études, et cette éducation superposée, œuvre de la vie et non des livres, lui avait donné une expérience qui est restée légendaire dans les milieux commerçants proprement dits. C'était un de ces hommes extraordinaires dont il est impossible de prétendre renouveler ni même retracer les exploits.

A Pétersbourg, Sir Law avait été nommé vers 1883. Avec un traitement de 25.000 francs, il devait trouver les moyens de voyager en Turquie, en Perse et en Russie ! La prétention était exagérée : cette mission fut un échec. Une commission royale, nommée en 1890 pour examiner les services civils des diverses institutions d'Etat en Angleterre et à l'étranger », exprima l'opinion « qu'il ne convenait pas de créer de nouveaux emplois d'attachés

commerciaux, et que le mieux était d'encourager l'étude, par les secrétaires d'ambassade, des questions commerciales ».

Cependant il y eut des attachés à Berlin, à Rome, à Madrid et à Vienne, et un agent à Moscou (celui-ci fut nommé par le ministre du commerce ; il n'a jamais compté parmi les fonctionnaires du Foreign-Office). Ils ont été rappelés à Londres avec celui de Pétersbourg. Quel reproche pouvait-on leur adresser ? D'avoir été impuissants à découvrir des débouchés ? Mais ce n'était pas l'objet de leur mission. Ils n'ont pas rendu les services qu'on attendait d'eux parce qu'ils avaient perdu le contact (1) avec la métropole, et l'intelligence de ses besoins économiques. D'autre part les jeunes consuls (2) possèdent, en économie, des notions plus étendues ; depuis quelques années ils se mettent à correspondre non plus seulement avec le Foreign-Office, mais aussi avec le Board of Trade (Whitehall), du moins pour les matières maritimes. En conséquence le gouvernement anglais a estimé que, pour maintenir en relations utiles avec les industriels et les producteurs ses anciens attachés commerciaux, il convient d'obliger ces derniers à habiter la métropole et à diviser l'emploi de leur temps entre une présence effective au Board of Trade ou au département commercial du Foreign-Office, des enquêtes dans les différents centres de la mère-patrie, et des voyages

(1) D'après M. Deschanel, député. Rapport pour 1908, t. II, p. 91.

(2) Et aussi les secrétaires d'ambassade.

d'étude dans les pays qui déjà leur sont particulièrement connus.

Je ne sais si la Grande-Bretagne se louera de cette réforme. Elle est sans doute plus apparente que réelle. Car plus encore qu'un autre pays, la Grande-Bretagne a besoin de renseignements désintéressés : les consuls anglais sont autorisés à faire du commerce pour eux-mêmes et par suite ils manquent de temps et d'impartialité à l'égard de nos conseillers du commerce extérieur. On a décidé naguère de « renforcer » les postes actuels. N'est-ce pas reconnaître — avec discrétion — que l'on va désormais créer en grand nombre des postes de consuls voyageurs (attachés commerciaux de consulat) ?

Quelques emplois d'attachés commerciaux d'ambassade ou de légation ont d'ailleurs survécu ; ce sont ceux de Paris, Constantinople, Tokio et Pékin.

Que l'Angleterre ait ou non supprimé définitivement la moitié au moins des emplois d'agents ou d'attachés commerciaux, c'est ce qui, à dire vrai, importe assez peu, si l'on admet, conformément à la théorie et à l'exemple de M. Périer, que les attachés commerciaux soient avant toute autre chose des agents d'information au service des exportateurs. Car la plupart des négociants anglais n'ont aucune confiance dans les conseils et les connaissances des fonctionnaires.

Ceux-ci assurément peuvent rendre des services. Leurs rapports sont édités dans le *Board of Trade Journal*, dont les lecteurs se chiffrent par milliers. D'autre part

on trouve beaucoup de renseignements commerciaux imprimés dans les bureaux du haut commissaire canadien et des agents généraux des colonies australasiennes et sud-africaines. Enfin le Board of Trade publie un certain nombre d'ouvrages statistiques appréciés et une revue mensuelle (1) destinée à répandre les renseignements sur les tarifs coloniaux et étrangers, les mouvements du commerce, les droits de douane concernant les articles anglais dans les Etats de l'Europe, aux Etats-Unis, dans les colonies.

Mais lorsque les organisateurs de l'Imperial Institute (2) ont voulu, en 1890, établir un département d'informations commerciales, ils ont abouti à un insuccès complet (3). Sans doute les agents de l'Etat sont en situation de rendre des services, mais tout de même on préfère s'en passer. Les négociants anglais s'adressent à leurs correspondants ou à des agences honorablement connues et déboursent volontiers le prix qu'on leur demande pour les renseigner exactement. A l'occasion, ils se font les théoriciens de l'esprit d'indépendance, d'initiative et de juste confiance en eux-mêmes. Aucun peuple n'affiche davantage son mépris pour l'aide de l'Etat (4).

(1) *Journal of Tariff and Trade Notices and Miscellaneous Commercial Information*, créé en 1886. — Le recueil est de 128 pages.

(2) Est une sorte de musée commercial qui se limite aux colonies britanniques.

(3) Aveu du vicomte Cranborne, ministre du Foreign-Office, 1901. — Discours aux Communes.

(4) On trouvera l'expression savoureuse de cette manière de penser

L'organisation commerciale officielle de la Grande-Bretagne est encore trop peu développée pour avoir en quelque mesure que ce soit un caractère impérial. Chacune des colonies de self-government a une organisation financière, agricole, industrielle, commerciale, particulière. Parmi ces colonies il en est plusieurs où la civilisation est très avancée : le Dominion of Canada, le Commonwealth of Australia et le Dominion of New Zealand.

L'Australie exporte de la laine, de l'or, du froment, du beurre, des peaux, de la viande et du cuivre, au total un milliard et demi de francs. Il semble que ce soit un chiffre énorme. Il est cependant, toutes proportions gardées, inférieur à celui d'une colonie voisine, la Nouvelle Zélande (1), dont le territoire est peu étendu et qui exporte annuellement pour plus de 300 millions de francs en produits de son sol, ou de ses animaux : laine, viande, or, beurre et divers.

Toutes ces marchandises sont très demandées, et seule l'exportation du beurre suppose une organisation de transports et de vente. On ne peut donc s'étonner que ni l'Australie ni la Nouvelle-Zélande ne possèdent à pro-

dans une note annexée au rapport d'une commission du Board of Trade, 1898. Cette note est due à Sir James Mackay ; elle est citée par M. Raffalovich dans sa brochure : *L'Etat et les renseignements commerciaux*, 1899.

(1) Les *Annales du commerce extérieur* donnent les statistiques commerciales de tous les pays du monde, exception faite de la Nouvelle Zélande. Quel peut être le motif de cette étrange omission ?

prement parler d'agents commerciaux. Mais chacune des colonies australiennes est représentée à Londres par un délégué permanent qui a le titre d'agent colonial. Le bureau de cet agent est une porte à laquelle peuvent frapper tous ceux qui désirent émigrer et enrichir le pays adoptif par leur travail et les relations qu'ils auront gardées avec la mère-patrie.

Le Canada est moins une colonie qu'une nation. Son territoire est sensiblement plus grand que celui des Etats-Unis d'Australie, plus grand aussi que celui de l'Europe. Sa population pauvre et laborieuse ne dépasse pas 6 millions d'âmes et cependant son commerce extérieur atteint 3 milliards de francs, ainsi qu'il résulte du tableau ci-dessous (1).

|                           | Importation<br>(en milliers de dollars) | Exportation |
|---------------------------|-----------------------------------------|-------------|
| Grande-Bretagne . . . . . | 83.229                                  | 134.469     |
| Pays-Bas . . . . .        | 1.325                                   | 1.006       |
| Belgique . . . . .        | 2.291                                   | 2.447       |
| France . . . . .          | 8.648                                   | 1.991       |
| Allemagne . . . . .       | 7.242                                   | 1.463       |
| Autriche . . . . .        | 1.069                                   | 28          |
| Suisse . . . . .          | 2.019                                   | 30          |
| Japon . . . . .           | 1.976                                   | 674         |
| Etats-Unis . . . . .      | 208.722                                 | 109.773     |
| Autres pays . . . . .     | 14.249                                  | 2.278       |
|                           | 330.770                                 | 254.159     |

D'ores et déjà le commerce extérieur canadien (du 1<sup>er</sup> juillet 1906 au 30 juin 1907) atteint 500 francs par tête d'habitant ; tandis que le commerce extérieur français ne dépasse pas 256 francs (2).

(1) Cf. *Gotha*, 1908, p. 884.

(2) La population française étant évaluée à 39.000.000 d'habitants.

Qu'exporte le Canada ? Des matières premières et des produits agricoles : bois de construction, fromage, céréales, minerai d'or, viande, animaux, poissons et fruits.

Les dernières statistiques officielles négligent de renouveler cette liste mais elles énumèrent les produits par classes : produits des mines, produits de la pêche, produits des forêts, produits des animaux, produits de l'agriculture, objets fabriqués, articles divers.

En admettant — nous sommes obligé de raisonner sur une hypothèse — que depuis quatre années le genre des exportations canadiennes ne se soit pas modifié, on peut rechercher si le Canada peut utilement entretenir à l'étranger des agents commerciaux.

Cette utilité est évidente. Elle résulte du fait que le Canada ne possède pas de consuls, mais seulement des hauts commissaires qui, certes, ont des attributions économiques d'ordre général, telles que la préparation des traités de commerce, mais ont également un caractère représentatif qui ne leur permet pas de se mettre entièrement à la disposition du public. Il est nécessaire que le Canada possède des « Commercial Agents » qui aient pour mission de fournir aux négociants — importateurs et exportateurs — tous les renseignements en leur possession.

Et sans doute les agents d'émigration du gouvernement Canadien à l'étranger rendent-ils déjà des services de ce genre.

Mais le Canada n'a pas jugé que cet effort pût suffire :

on a, en 1901, nommé des agents commerciaux. Ils sont aujourd'hui 18, dont 13 possèdent depuis une date récente le titre nouveau et supérieur de « Trade Commissioner ».

Deux trade commissioners sont attachés aux bureaux du haut commissaire canadien à Londres, les autres résident en Ecosse, en Irlande, en France, en Afrique du Sud, à Terre-Neuve, au Mexique, au Japon, en Chine (et Corée), aux Indes-Occidentales anglaises, en Nouvelle Zélande, en Australie.

Ils doivent s'abstenir de toute affaire personnelle. Ils ont des appointements fixes; les frais de bureaux et de personnel sont remboursés. Aucune indemnité de représentation ni d'autre sorte n'est allouée.

Les cinq agents commerciaux de second rang résident à la Jamaïque, à Antigua, à Saint-Kitts, à Trinidad, en Norvège.

Les uns et les autres dépendent uniquement et directement du « Department of Trade and Commerce », à Ottawa. Mais ils correspondent, s'il y a lieu, directement, avec l'un quelconque des autres départements ministériels ou administrations fédérales ou provinciales.

Ils publient un rapport une fois par mois au moins; et ce rapport est publié dans un recueil spécial, hebdomadaire, et dans un autre, mensuel, largement distribués par le ministère du commerce à Ottawa (1).

(1) On en peut consulter la série dans les bureaux du Canadian Trade Commissioner à Londres.

Ces agents ont une grande pratique commerciale. Ils peuvent contribuer efficacement à modifier l'opinion publique dans un sens favorable aux intérêts canadiens, aider les hauts commissaires dans la conclusion des traités de commerce, amener la création ou le développement de lignes postales et marchandes directes.

§ 7. — **Etats-Unis et Suisse. — Espagne et Portugal.**

Un message du président Roosevelt (1905) a recommandé au Sénat un projet du premier Assistant du secrétaire d'Etat, M. Loomis, relatif à la création d'un corps d'agents commerciaux opérant pour le Département d'Etat et indirectement pour le Département du Commerce et du Travail, d'accord avec les autorités diplomatiques et consulaires, et dans les régions les plus importantes au point de vue commercial. L'un de ces agents voyagerait en Autriche-Hongrie, en Suisse, en Allemagne, en Russie, dans les Balkans ; le second en France, Italie, Espagne, Portugal et Méditerranée ; le troisième en Grande-Bretagne, Irlande et dépendances ; le quatrième au Mexique, en Amérique centrale, aux Indes occidentales et dans l'Amérique du Sud ; le cinquième en Asie, spécialement en Sibérie, en Chine et au Japon ; le sixième étant tenu en réserve pour des missions spéciales. Le crédit total demandé se montait à 50.000 dollars.

Mais avant même que le Sénat se fût prononcé, une enquête à l'étranger parut prouver que la plupart des

gouvernements « n'étaient pas disposés à accorder un caractère diplomatique à ces attachés qui, s'ils n'étaient que cela, seraient dans l'impossibilité d'obtenir par eux-mêmes des informations officielles... » (1).

Ces raisons et d'autres ont arrêté ou suspendu le projet d'un corps d'attachés de commerce, mais on y reviendra certainement. Il n'est pas douteux, en effet, que l'appui de l'Etat ne soit très en faveur au-delà de l'Atlantique, car c'est l'intervention officielle qui régulièrement conjure les effets de l'audace spéculative. La vie économique est d'ailleurs devenue en ce pays d'une telle complexité que tout organisme nouveau est *à priori* le bienvenu.

Plus mesurés, moins ambitieux, les Suisses ont moins de fièvre. Eux aussi s'enrichissent, mais par l'économie, par la prudente administration plutôt que par la suractivité. Ils préfèrent, en sages, travailler et gagner un peu moins, mais vivre d'une vie moins intense, plus uniforme, plus tranquille. En sorte que, jusqu'à présent, les exportateurs suisses n'ont pas éprouvé le besoin de renouveler leur manière de juger les conditions du succès du commerce à l'étranger.

Un fabricant veut-il vendre en France ? Il s'adressera à quelque bonne agence de renseignements (il en existe), ou à l'une des maisons de banque helvétiques les plus

(1) D'après une lettre de M. Henry Vignaud, premier secrétaire de l'ambassade des Etats-Unis en France, Paris, 11 mars 1909.

honorablement connues : Hottinguer, Mallet. Les grandes maisons de crédit possèdent, on ne le sait pas assez, un service de renseignements incomparable.

Préfère-t-il s'adresser à la légation de Paris ? Il le peut. La maison est ouverte à tous, et le maître du logis reçoit ses compatriotes et aussi les Français avec la meilleure grâce du monde. Plus de 25.000 lettres parviennent ainsi chaque année à l'hôtel de la rue de Marignan.

Lorsque tous ses appèlements sont pris, l'exportateur se décide à installer une succursale. Spécialement auprès des horlogers, le système des succursales est plus en faveur que celui de la représentation.

Il a la clientèle assurée de ses compatriotes qui vivent en France en colonies importantes : 6.000 Suisses à Lyon, 6.000 sur la Riviera, et quelques milliers encore en Franche-Comté.

Enfin l'exportateur suisse se décide-t-il à entreprendre de grandes affaires ? Il peut prendre les conseils des consuls suisses. Ceux-ci ne sont pas des fonctionnaires, ce sont de grands négociants dont l'appui sera surtout moral ; le « courant » du consulat est le fait de chance-liers de carrière.

L'exportation espagnole est, en chiffres absolus, sensiblement équivalente à l'exportation suisse, mais celle-ci est plus difficile puisqu'elle porte sur des objets fabriqués, tandis que l'exportation espagnole consiste surtout

en minerais et en vins. Aussi, moins encore que la Suisse, l'Espagne pense à modifier l'organisation traditionnelle de la protection du commerce. Mais ce pays possède ce que ne possède pas la Confédération : des chambres de commerce à l'étranger (1). Celles-ci étudient les tarifs et conventions de douane et apportent un concours précieux à la fois à l'intérêt général et à l'intérêt privé des membres qui font partie de ces assemblées.

Quant au Portugal, il n'exporte guère que des vins, et n'a pas d'espoir d'exporter autre chose avant que la « régénération » indispensable n'ait eu lieu.

Pour conserver les débouchés acquis, il faut donc que la culture suive les progrès accomplis dans les autres pays ; aussi le gouvernement portugais entretient-il à Bordeaux un consul qui, avec le titre d'attaché commercial, est attaché à la légation royale à Paris et fait des efforts pour mettre à la portée des Portugais ce qu'il est amené à apprendre dans les congrès de viticulteurs français.

(1) La chambre de commerce espagnole se trouve 16, rue de Miromesnil.

## CHAPITRE IV

### DE QUELQUES PRINCIPES QUE L'ON PEUT ADMETTRE POUR GUIDES DANS L'AFFECTATION DES ATTACHÉS COMMERCIAUX

#### SOMMAIRE.

L'affectation des attachés commerciaux français et la nature de leur mission seront déterminées par le genre des produits dont l'exportation est possible et souhaitable.

Distinction entre les consuls voyageurs ou attachés commerciaux de consulat et les conseillers ou attachés commerciaux d'ambassade.

Appréciation critique de la loi Deschanel (3 décembre 1908).

S'il est vrai que tant de nations voisines et concurrentes ont trouvé un appui efficace dans leurs agents commerciaux et agricoles, assurément il était sage d'adapter la nouvelle institution.

A Londres il faut surpasser l'attaché agricole danois ; et, donc, l'imiter tout d'abord en quelque mesure.

Sur la plupart des marchés anglais nous luttons contre les produits fabriqués en provenance d'Allemagne ; ces produits sont meilleur marché que les nôtres, ce qui tient à deux causes : d'abord le marché intérieur français (39 millions d'habitants) est moins puissant que le marché intérieur de l'Allemagne (66 millions d'habitants), en sorte que l'organisation des trusts et cartells y est

moins aisée ; puis nos produits sont de qualité supérieure. La conclusion est indiquée : il faut amener la France à se peupler davantage (et cela est le devoir du moraliste et du législateur), mais il faut aussi convaincre les Anglais que nos produits méritent d'être payés le prix demandé, et ceci est du ressort d'un attaché commercial.

En Argentine il faut assurer le peuplement rapide des espaces encore libres, fertiles et proches des ports. Il faut suivre les phases infiniment diverses d'une évolution économique très rapide et très intéressante. Quantité de Français pourraient se fixer en cette terre fertile et y gagner beaucoup d'argent ; ils le savent, car ils ont lu, mais ils voudraient des renseignements à la fois désintéressés et actuels. Peut-être ce rôle d'informateur exact est-il rempli présentement par le secrétaire de notre légation, mais ce ne peut être que d'une manière accidentelle et partant insuffisante : il a une autre tâche, et assez lourde, puisqu'elle est fort semblable à celle des trois secrétaires de la légation d'Allemagne (1), pays qui entretient *en outre* à Buenos-Ayres trois consuls et un attaché commercial (2).

En Espagne nos produits sont très répandus, et le chiffre de nos importations n'est pas susceptible d'y beaucoup augmenter, aussi longtemps que l'Espagne sera pauvre en or, aussi longtemps aussi que les négociateurs de traités de commerce se montreront inintelligents dans

(1) 1048, Esmeralda.

(2) M. Ramelow.

l'application d'un protectionnisme aujourd'hui nécessaire. Qu'avait-on besoin d'insister pour que notre marché national restât encombré des vins de Narbonnaise et d'Algérie au détriment des vins supérieurs d'Espagne ? On a obtenu gain de cause, ruiné bon nombre de producteurs-exportateurs d'Espagne, qui ont demandé des mesures de représailles : des tarifs prohibitifs sur les articles de Paris. Nos exportateurs de jouets se trouvent ainsi lésés, et voilà des rancunes amassées et un marché perdu, le tout au plus grand profit des concurrents, partisans eux aussi de mesures protectionnistes, mais plus adroits dans l'usage de cette machine de guerre, arme à deux tranchants.

Sur la situation économique de l'Espagne, M. de Sartiges, secrétaire de notre ambassade à Madrid, vient de publier une étude pleine de chiffres et d'aperçus intéressants. Qu'il y ait en Espagne un diplomate français apte à rédiger un rapport de cette sorte, cela certes est un fait heureux en soi, comme indice de la valeur de notre corps diplomatique, mais cette publication ne peut avoir des effets *commerciaux*. Pourtant, comme nous occupons en Espagne le second rang, il semble inutile d'y créer de nouveaux points d'appui. A vouloir surpasser l'Angleterre qui produit et exporte à meilleur compte, nous ferions de vains efforts.

Dans d'autres contrées, comme le Centre-Amérique, où la lutte internationale ne se dessine pas encore, l'envoi d'un attaché commercial est également inutile.

Aussi, d'une part, l'on mettra beaucoup de prudence dans l'affectation des attachés commerciaux et, d'autre part, la mission de l'attaché variera dans une circonscription donnée suivant le genre d'exportations qu'il conviendra de favoriser.

En règle, nous voudrions qu'un missus, un homme jeune fût envoyé sous le titre d'*attaché commercial de consulat* dans toutes les circonscriptions consulaires où notre commerce se trouve, dans des proportions exagérées et inquiétantes, supplanté par le commerce d'une tierce puissance. Ainsi dans maintes circonscriptions des Etats-Unis, du Brésil, de l'Asie centrale (1), où l'activité consulaire est impuissante. De même en Russie d'Europe où d'ailleurs nous n'avons aucune excuse pour ne pas réussir. A Pétersbourg notamment, nous avons maints atouts dans notre jeu, et bien davantage aujourd'hui qu'en 1897. Pourtant nos compatriotes ne se sont jamais efforcés d'étudier en commun leurs intérêts (2) et notre seul agent commercial pour ce grand port et un gouvernement deux fois plus grand que la Normandie est un vice-consul (3).

(1) Encore faudrait-il qu'il y eût des consuls ! Ainsi, de Bakou au Pamir, nous n'avons pas un seul agent consulaire. Des Français y habitent cependant, même ils y font fortune, mais l'émigration française dans la riche vallée du Séravchan n'a pas eu jusqu'aujourd'hui l'ampleur souhaitable à tant d'égards.

(2) Il est juste d'observer que le gouvernement impérial s'est toujours montré défavorable à la création d'une chambre française.

(3) Le nouveau titulaire de ce poste est M. Vauthier. Il est permis de regretter que cet agent soit retenu dans la capitale par des beso-

Et ce ne sont là que des exemples.

Que si ce missus, « attaché commercial de consulat » menait à bien ses tentatives, aboutissait à des résultats pratiques, on pourrait lui donner une seconde mission, puis une troisième et de préférence dans des circonscriptions voisines. En cas de nouveaux succès, on pourrait créer pour lui un poste de conseiller commercial (ou *attaché commercial d'ambassade*, si l'on tient absolument au mot d'attaché) auprès de l'ambassadeur de la République à la cour de Russie, ou de l'ambassadeur à Washington, ou de l'ambassadeur à la cour de Saint-James.

Car à moins d'adopter la conception américaine de la diplomatie, il est vain de compter sur la compétence commerciale personnelle de l'ambassadeur.

Nous verrons par la suite, lorsque nous étudierons l'œuvre de M. Périer, que notre attaché commercial près de l'ambassade de la République en Grande-Bretagne n'a satisfait que partiellement à notre conception de l'attaché commercial d'ambassade. Ses connaissances approfondies des besoins du marché de Londres lui ont permis de rendre de multiples services à ceux de nos compatriotes, qui ont affaire à Londres ou dans la circonscription consulaire de cette ville, mais on peut douter qu'il puisse mettre l'un d'eux utilement en rapport avec un impor-

gnes administratives et laisse ainsi sans emploi sa connaissance du pays et de la langue russe.

Il y a bien aussi un attaché financier, mais qui reste strictement dans ses attributions techniques.

tateur de Belfast, par exemple. Pourquoi ? Parce que M. Périer ne peut avoir le temps d'explorer toute la Grande-Bretagne et l'Irlande.

Notre attaché commercial à Londres est donc, comme nous aurons occasion de le constater (1), un excellent attaché commercial de consulat ; il n'est et ne peut être, quant à présent, qu'un attaché commercial d'ambassade insuffisant. Il n'en sera plus de même dans dix ans, s'il remplit en cet intervalle de temps une mission d'attaché commercial de consulat à Dublin, une autre à Glasgow, une troisième à Newcastle, etc.

Entre temps, d'autres attachés commerciaux de consulat se seront formés, et quand enfin il obtiendra le titre et remplira les fonctions de conseiller commercial (attaché commercial d'ambassade), ce jour-là l'ambassadeur aura auprès de lui un économiste, interprète vraiment autorisé des consuls, attachés commerciaux de consulat, chambres de commerce, avec lesquels il se tiendra d'ailleurs en rapport constant.

Et l'existence de ce conseiller aurait, entre autres avantages, celui de permettre au gouvernement de nommer, *le cas échéant*, comme ambassadeur, non pas un homme compétent en matière commerciale, mais le grand seigneur ou l'officier général, ignorant sans doute des sciences économiques et financières, mais susceptible de plaire et de réussir, ce qui est, en définitive, le but et le dernier mot de l'art diplomatique.

(1) Voir plus loin, ch. vi, 1<sup>re</sup> partie, *in fine*.

De ce que nous esquissons un projet d'organisation hiérarchique des consuls voyageurs, il ne faudrait pas conclure que nous désirons la création d'un corps spécial d'attachés commerciaux. Nous croyons au contraire, d'accord en cela avec tous ceux qui se sont occupés de la question, que les missions de ce genre doivent être en petit nombre et données à titre essentiellement temporaire. Ce serait une vraie faute que de généraliser une institution qui doit rester modeste.

Si des attachés étaient nommés sans absolue nécessité, on risquerait de mécontenter les consuls ; on risquerait enfin de diminuer le prestige des nouveaux chargés de mission ; enfin on se heurterait à des difficultés budgétaires.

Cependant nous exprimerions volontiers le souhait que des missions d'attaché commercial fussent accordées en plus grand nombre qu'elles ne l'ont été par la loi du 3 décembre 1908. Ce texte, encore qu'il soit l'œuvre d'un homme considérable, M. Deschanel, ne nous satisfait pas absolument. Que l'on veuille bien nous permettre d'exposer très respectueusement nos objections.

Avant de pouvoir apprécier cette loi, il faut se souvenir que l'hiver 1907-1908 fut l'époque où la presse et le public eurent connaissance du jugement très favorable que les négociants en relations d'affaire avec Londres portaient sur l'œuvre de M. Périer. Pendant plusieurs semaines la renommée lui prodigua ses faveurs et l'on fut persuadé dans certains milieux que les succès de notre

attaché à Londres pouvaient servir de gage aux missions que l'on confierait à d'autres hommes en d'autres pays. On engagea le ministre du commerce à déposer un projet de loi portant création de six emplois d'attachés commerciaux. Le projet fut rédigé et déposé (1) ; il était signé par les trois ministres des affaires étrangères, du commerce, des finances. Quelques jours plus tard (2), M. Deschanel rapportait, en termes d'ailleurs très brefs mais très favorables, ce projet et obtenait de la Chambre un vote unanime. Deux semaines étaient à peine écoulées que, à son tour, le Sénat était invité à donner d'urgence son adhésion. Mais le Sénat fut indocile ; il repoussa l'urgence. Et le projet ne fut voté qu'en décembre et sur les assurances formelles du ministre que la faveur n'aurait aucune part dans les nominations (3).

L'étude des conditions dans lesquelles a été obtenu le vote de la Chambre, laisse l'impression très nette que l'on s'est laissé hypnotiser par les succès de M. Périer. On a méconnu que l'Angleterre était un marché particulièrement connu, proche, bien pourvu de moyens de communication et que l'œuvre de notre attaché dans la capitale de ce pays ne pouvait, en quelque mesure que ce

(1) Le 9 mars. Cf. l'annexe au procès-verbal de la séance de ce jour.

(2) Le 26 mars. Cf. l'annexe au procès-verbal de la séance de ce jour.

(3) Sur la question du recrutement des attachés commerciaux, cf. le chapitre VIII, § 2.

soit, servir de gage aux futurs succès d'attachés en Amérique et en Asie.

Surtout on était pressé de satisfaire l'opinion, on voulait faire « quelque chose ». On a, très en hâte, rédigé un projet de loi qui témoigne, et d'une manière tout à fait manifeste, non pas seulement d'une ignorance totale de l'œuvre remarquable des attachés de commerce étrangers (spécialement les attachés hongrois), mais encore, ce qui surprend davantage, de quelque négligence quant à l'étude analytique des faits.

Ce reproche est bien grave et nous nous excusons de le formuler. Mais est-il sans fondement ?

L'un de ces attachés a dans son ressort tout le Royaume-Uni ; un second, tous les Etats-Unis d'Amérique ; un autre, tout l'Extrême-Orient (Chine et Japon) ; un quatrième, tout le Levant, c'est-à-dire (car le rapport précise) : la Turquie, la Perse, l'Ethiopie et l'Égypte ; un cinquième, la Russie (siège de la mission : Saint-Petersbourg) ; un sixième enfin n'a pas d'affectation bien précise, il devra étudier « les pays d'Europe (1) ».

« Il n'est pas douteux, a écrit M. Deschanel (2), qu'une étude approfondie des ressources de ces pays, de leurs facultés d'acquisition et des procédés de nos concurrents pourrait déterminer un effort nouveau de nos exportateurs et aboutir à des résultats féconds. »

(1) Cf. le décret du 31 janvier 1909. En 1908, il n'était pas question d'une mission en Russie, mais on en voulait une pour l'Amérique du Sud.

(2) Rapport cité, p. 7.

Sans doute. Mais comment admettre qu'un même individu, si jeune et actif qu'on le suppose, puisse entreprendre en même temps une étude approfondie de l'Egypte, de la Perse, de l'Empire turc et de l'Ethiopie ?

L'attaché commercial, pour rendre des services, doit connaître tout le monde. Ainsi un attaché commercial ne peut presque rien connaître, s'il n'entretient pas d'immenses relations. Mais cette obligation même a une contre-partie, celle d'avoir un centre d'action, c'est-à-dire, en d'autres termes, l'obligation de voyager, mais dans une région bien déterminée, peu étendue, une circonscription consulaire par exemple. Ainsi limitée, l'action de l'attaché commercial pourra en effet être utile. Mais demander l'impossible, c'est courir au devant d'un inévitable échec. On risque de dégoûter l'opinion d'une réforme en soi excellente, et même de la décourager en quelque mesure. On va trop vite. On a commencé par où il eût fallu finir. A notre avis, c'est seulement lorsqu'un consul voyageur, un attaché commercial de consulat aurait exploré *une* circonscription consulaire, qu'il pourrait tâcher à en défricher *une* autre, *puis* une troisième. Et ce n'est qu'après un long apprentissage, dans trois, six, dix régions consulaires (le chiffre varierait suivant les lieux, les étendues, la richesse), qu'on pourrait confier à un fonctionnaire l'emploi d'attaché commercial pour tout un Empire.

Encore ne faudrait-il pas rattacher l'Ethiopie à l'Empire ottoman, ni la Perse à l'Egypte (1) !

Même il est des pays, comme la Chine, où « le rôle des étrangers est fini » (2) ; un attaché commercial de légation y est parfaitement inutile. Il y a peu d'années, quelqu'un de la carrière, M. C..., représentant de la Banque de l'Indo-Chine, y a échoué dans sa mission : un agent officiel, moins bien armé, réussira moins bien encore. Tout au plus, et sous réserve d'un examen approfondi de la question, pourrait-on admettre *a priori* la création d'un emploi de consul-voyageur (attaché commercial de consulat) dans telle ou telle circonscription de Shangai ou Canton.

Aux Etats-Unis la situation est pire encore. Essayons d'imaginer la besogne formidable qui incombait à M. Veltin (3), qu'un décret de novembre 1906 avait nommé pour deux ans attaché commercial de France *aux Etats-Unis*, c'est-à-dire dans un pays presque aussi vaste que l'Europe entière. Lui donnait-on du moins des instructions d'un caractère très général ? Qu'on en juge :

« Se mettre en rapport avec nos principaux groupes de producteurs entretenant ou susceptibles d'entretenir

(1) Dans son rapport sur le budget des affaires étrangères pour 1907, M. Deschanel exprimait sa pensée dans un langage très différent : « D'une façon générale et sauf exceptions, il faudrait, à notre avis, un attaché commercial par pays ou groupes de pays. » — Cf. *Doc. Parl.*, annexe n° 333, p. 1229.

(2) D'après une affirmation très nette du directeur de la Banque du Nord à Saint-Petersbourg, lui-même ancien diplomate.

(3) Aujourd'hui consul à Dublin.

des relations d'affaires avec la grande République Nord-Américaine. A cet effet entreprendre chaque année en France un voyage dans les différents centres industriels afin d'étudier sur place les différentes branches de notre production nationale et de mettre à la disposition de nos négociants les renseignements qu'il a recueillis pendant son séjour aux Etats-Unis. »

Donc, dans l'automne de 1906, notre agent a visité Dijon, Lyon, Saint-Etienne, Grenoble, Marseille, Bordeaux, Limoges, Saintes, La Rochelle, Calais.

Il avait, d'autre part, pris contact avec un grand nombre de maisons parisiennes à l'Office national du commerce extérieur.

En 1907, M. Velten s'est rendu dans nos régions industrielles du Nord et de l'Est dont les produits figurent parmi nos exportations à destination de l'Union. En 1908 il se rendait aux bords de la Loire (1).

Aux Etats-Unis, l'activité de notre agent s'est manifestée par une correspondance qui, de janvier à juin 1907, c'est-à-dire pendant les six premiers mois de la mission, n'a pas été inférieure à 442 lettres à l'arrivée et à 500 au départ, ainsi que par plus de 200 entretiens sur des matières commerciales tant avec des négociants français qu'avec des exportateurs américains.

Pendant le deuxième semestre, la correspondance avait doublé (2).

(1) M. Velten a en outre adressé rue de Varenne un rapport ; mais nous ne nous croyons pas autorisé à en communiquer les résultats.

(2) D'après une lettre de M. G. Velten, New-York, 5 mars 1908.

Tour à tour, il a dû fournir des renseignements à des maisons françaises cherchant à accroître leurs échanges avec les Etats-Unis ou à des établissements américains désireux d'acheter en France. A maintes reprises, nos compatriotes se sont adressés à lui pour connaître le nom d'un représentant aux Etats-Unis.

M. Velten a visité Washington, Boston, Chicago, Détroit, la Nouvelle-Orléans, San-Francisco. Sur l'appel de notre chambre de commerce de Montréal, il s'est rendu, à titre officieux, en cette ville.

M. Velten était donc essentiellement un nomade, et nonobstant il devait entretenir une correspondance formidable et servir à tout moment de trait d'union entre producteurs français et consommateurs américains.

C'était trop, c'était beaucoup trop pour un seul homme, quelque jeune, quelque actif que soit notre ancien attaché. On ne peut confier à un même homme l'étude approfondie et simultanée des marchés de la Nouvelle-Orléans et de Chicago, de San-Francisco et de New-York. Il y aurait place pour quatre agents bien occupés. Seconder les efforts des représentants français trop peu nombreux aujourd'hui est, dit-on volontiers, l'action la plus efficace et la plus utile que puisse exercer l'attaché commercial. Fort bien. Mais cette œuvre de longue haleine ne semble guère s'accorder avec la vie du voyageur perpétuel.

Il y aurait avantage à confier à un homme l'étude des marchés de l'Ouest, à un autre celle de la Floride, à un troisième celle des industries du district de Denver.

Un quatrième aurait assez à faire à exercer son action commerciale à New-York. Les voyages ne doivent pas être multipliés outre mesure et surtout dans les conditions où M. Velten a été contraint de les accomplir. Les voyages rapides en pays lointains sont agréables au touriste, avantageux encore à un étudiant ès sciences politiques ; en matière commerciale les séjours un peu prolongés ont seuls quelque intérêt.

Concluons : Les nouveaux postes qui sont tous des postes d'attachés commerciaux d'ambassade ne répondent *quant à présent* à aucune utilité *pratique*.

En revanche l'on n'a pas créé encore d'attachés commerciaux de consulat, les seuls dont l'institution soit démontrée comme actuellement indispensable au développement de nos exportations.

## CHAPITRE V

### RECHERCHE DES CIRCONSCRIPTIONS DANS LESQUELLES UN CONSUL VOYAGEUR POURRAIT RENDRE DES SERVICES.

L'intérêt du système, qui vient d'être esquissé par opposition à celui de M. Deschanel et du décret du 31 janvier 1909, consiste essentiellement à *combiner* au profit du commerce français les avantages de l'attaché commercial d'ambassade dont le type est l'attaché russe, avec les avantages de l'attaché commercial de consulat ou consul voyageur dont le type est l'attaché allemand.

Dira-t-on que c'est trop demander, et quelqu'un se hasarderait-il à proposer que le consul voyage, enquête, étudie, corresponde autant que pourra l'exiger le développement de notre commerce ? et que, si les fonctions administratives, maritimes, juridiques sont importantes, on les confie à quelque élève-consul ou à un vice-consul chancelier ?

C'est une solution élégante, économique et qui convient à des pays comme la Suisse.

Mais pour la France, cette solution ne peut convenir. Elle est insuffisante. Et nous pourrions le prouver par quelques exemples très typiques : Chicago, Montréal, San-Francisco.

Plus près de nous, voici le poste d'Edimbourg (résidence ordinaire à Glasgow). C'est le seul consulat de France pour tout le royaume d'Ecosse, pays très montagneux, aux communications peu rapides par conséquent, et où nos compatriotes sont assez nombreux. Dans l'admirable port de Leith on voit souvent de grands voiliers du Havre et de Dunkerque, et nos marins connaissent tous Dundee, Aberdeen, la délicieuse île de Skye, Stornoway, Oban, Iona, Ayr ; quant à Glasgow, c'est, après, Liverpool cependant, le premier port de la Grande-Bretagne, c'est aussi un centre houiller et métallurgique de toute première importance. Cette grande cité est, de toutes les villes d'Europe, la plus active : l'impression première qu'y ressent un Français, ressemble à de la stupeur. On a quelque peine à se faire à ce milieu où la vie est si intense : armateurs, boursiers, maîtres de forges, constructeurs de vaisseaux, universitaires, artistes, réformateurs municipaux considèrent Glasgow comme *leur* ville, et à cet égard, Glasgow est un poste d'observation d'un intérêt incomparable.

Mais c'est aussi — par une conséquence naturelle — un poste qui comporte un travail colossal. En sorte qu'à l'heure présente notre consul (1) ne peut séjourner à Edimbourg. Cependant c'est là qu'il devrait avoir son domicile officiel. Nos grands amis, les Ecossais, considèrent avec raison que pour n'avoir plus de Parlement

(1) M. Gauthier.

ils n'en sont pas moins un peuple indépendant, et ils expriment volontiers le regret que leur histoire soit si mal connue des Français, petits et grands. De fait, nous ne parlons guère chez nous de l'« antique alliance » (auld alliance), dont le souvenir leur est si cher, et si nous continuons de plaire aux Ecossais, nous le devons moins à nous-mêmes qu'à nos arrière-aïeux et à la sympathie que les malheurs de l'année terrible nous ont acquise chez cette généreuse nation.

Edimbourg reste, quoique nous l'oublions, une capitale. Le chef de l'opposition parlementaire, lord Balfour, est écossais ; Gladstone et Sir H. Campbell-Bannerman l'étaient aussi. Le Liberal-Club d'Edimbourg, sans oublier les voisins, sont des centres de pensée politique. Cette ville est de plus un centre littéraire, artistique et mondain.

Donc à notre consul à Edimbourg s'impose un double rôle : pénétrer la société écossaise, y maintenir notre influence, et cela sous la direction avertie de notre ambassadeur en Grande-Bretagne. Mais comment remplir cette tâche si l'on demeure à Glasgow et comment faire pour ne pas avoir à Glasgow, un consul en résidence permanente ? Puisque, avec raison d'ailleurs, on a résolu en 1896 de fondre les deux postes, la présence d'un attaché commercial ne s'impose-t-elle pas ?

Tandis que le consul résiderait à Edimbourg, capitale politique, et s'occuperait mieux qu'il n'a pu le faire jusqu'à présent des marins français en relâche à Leith ou

Aberdeen, l'attaché commercial aurait suffisamment de besogne avec l'étude des manifestations infiniment diverses de l'activité des citoyens très progressistes de Glasgow. Et si d'aventure le consul gagnait ainsi quelques loisirs, il pourrait les employer à l'étude du droit d'Ecosse et à la fondation d'institutions françaises : on ne trouvera nulle part, et non pas même en Syrie, de terrain mieux préparé.

Ce qui est vrai d'Edimbourg s'applique à d'autres centres politiques et commerçants où le nom français est en honneur : ainsi Pesth, Stuttgart et, dans une moindre mesure, Helsingfors.

Il est une autre capitale tout à fait négligée, c'est Constantinople. Depuis la nomination de l'attaché commercial italien, M. Ch. Melia (1), l'exportation des produits italiens dans l'Empire s'est accrue dans une admirable proportion, tandis que le trafic franco-turc ne réalise, malgré des circonstances exceptionnellement favorables, que des progrès peu sensibles.

Nous pouvons à cet égard, et à défaut de toute statistique officielle, nous en rapporter au témoignage du président de la chambre française de Constantinople.

L'exemple de l'Italie est à méditer et à suivre ; nommons des attachés commerciaux de consulat dans tous les centres où notre exportation encore très faible peut

(1) Cf. plus haut, chapitre III, § 5.

se développer largement : Erzeroum, Konieh, Jérusalem (1). Un quatrième agent pourrait étudier à la fois le marché de Salonique et celui de Constantinople (2).

Un cinquième pourrait étudier l'hinterland des ports de l'Anatolie au point de vue de l'émigration européenne (en ce sens ont écrit : de Moltke, 1840 ; L. Ross, Roscher, Lassalle, Rodbertus, tous allemands). Pour des raisons surtout politiques, le pays s'est dépeuplé, mais il est, naturellement, très riche.

Si, comme on peut l'espérer, la liberté, la fraternité, la justice ont remporté sur le despotisme du sultan une victoire définitive, beaucoup d'Arméniens, excellents cultivateurs et émigrés d'hier, penseront au retour dans leur pays natal. La terre, appauvrie par leur départ, prendra une valeur nouvelle susceptible de s'accroître par la construction de chemins de fer. Les spéculateurs et les commerçants mêmes ont une perspective de gains énormes si l'immigration d'éléments humains suffisamment pourvus de capitaux argent est assurée.

Les Allemands l'ont compris. Mais malgré les efforts du Wurtembergeois Wilhelm Pressel, Edler de von Sudenhorst, du professeur Sprenger, de H. Lochnis, Karl

(1) Nous nous souvenons qu'en 1898, aux environs de Damas, nous avons rencontré un consul allemand en tournée commerciale. C'était un jeune homme, parlant bien le français, beau cavalier et faisant des efforts multiples et manifestes pour attirer l'admiration et gagner la confiance des populations qu'il visitait.

(2) Dans cette ville résident, outre M. Mélia, trois attachés commerciaux, savoir : M. E. Weakey (Grande-Bretagne), M. Sæderlund (Suède), M. Jung (Allemagne).

Kaerger, Neumann, on ne parvint jamais à faire émigrer les Allemands dans l'Empire ottoman, si ce n'est en Palestine. Profitons de cet insuccès qui pourrait bien n'être que momentané et qu'une mission commerciale française prépare dès à présent les voies à ceux de nos compatriotes qui veulent émigrer et s'enrichir par la culture sans être tenus de s'enfoncer en Argentine ou dans le Sud-Oranais. Le gouvernement peut d'autant moins hésiter que sur ces rivages, d'ailleurs peu éloignés, les Français ne risquent pas de perdre leur nationalité et d'être absorbés, comme en Amérique et en Australie, par l'élément anglo-saxon.

Au Siam, c'est-à-dire en fait dans la circonscription consulaire de Bangkok, est en train de s'ouvrir une ère nouvelle de grosses entreprises et d'industrie ; on cherche à introduire dans le pays des machines agricoles qui économisent la main-d'œuvre dont le prix est très élevé ; d'importantes sociétés agricoles mettront en valeur de vastes districts, jusqu'alors non exploités, et avec le développement de l'agriculture, se créeront forcément des rizeries nouvelles : des mines nouvelles seront ouvertes à l'exploitation, et tous ces travaux nécessiteront l'achat de quantités importantes de machines. Les routes projetées demanderont de nombreux ponts pour traverser les innombrables rivières et canaux qui sillonnent le pays en tout sens, les nouveaux chemins de fer emploieront d'importantes quantités de matériaux de construction divers. Rien ne s'opposerait à ce que la France

prenne sa part de ces fournitures, si nous envoyions à Bangkok un attaché commercial. Son rôle consisterait :  $\alpha$ ) à préconiser la création de puissants groupes financiers (1), comme ceux qui existent en Angleterre, en Allemagne et au Danemark, et qui s'occuperont d'importation au Siam de produits français et d'exportation de matières premières achetées dans le pays ; —  $\beta$ ) à prouver par des exemples, et ce pourrait être la base d'une monographie, que la France, tout en fabriquant des articles de qualité très supérieure à celle des fournitures faites à Bangkok par l'Allemagne, peut vendre à des prix identiques, la cotonnade ou la quincaillerie de bâtiment ; —  $\gamma$ ) à étudier la diminution du fret entre la France et l'Extrême-Orient et la sélection des dépenses extraordinaires pour commissions de transit, lettres de voiture ; ces frais qui n'existent dans aucun autre pays, ont l'inconvénient très grave de gêner considérablement l'acheteur ; il ne sait jamais exactement à l'avance à combien lui reviendra sa marchandise. Les chemins de fer de l'Etat belge ont établi dans diverses villes comme Elberfeld, Berlin, Francfort-sur-le-Mein, Bâle, Paris et Londres des agences commerciales permanentes avec mission de fournir gra-

(1) On sait que la banque de l'Indo-Chine possède un véritable monopole de fait. Or elle se refuse à faciliter le crédit aux commerçants. Elle trouve plus avantageux de prêter aux banques locales qui, dépourvues de capitaux, sont obligées de subir les conditions qui leur sont faites et, par conséquence, de n'accorder qu'à des taux énormes les escomptes qui leur sont demandés par les commissionnaires et les producteurs.

tuitement tous les renseignements concernant les prix, délais et itinéraires des transports par les lignes belges ainsi que les frais et droits de douanes ; voilà certes un exemple dont pourraient avec grand profit s'inspirer nos Messageries maritimes, mais encore faudrait-il que quelqu'un le leur suggérât, et ce sera tout naturellement le futur attaché commercial du consulat de Bangkok. Après les transports, il faudrait pousser et organiser la vente.

Enfin ce fonctionnaire pourra voyager sur les côtes de Sumatra et de Java : depuis plusieurs années on y a fait des découvertes minières considérables, et déjà bon nombre de jeunes gens Français et capitalistes sont allés se fixer dans cette colonie des Pays-Bas.

Un pays encore trop négligé de nos exportateurs, c'est la Thessalie. Cette province est très riche. Elle commence à être mise en valeur grâce à la création de deux chemins de fer à laquelle les capitaux français ont contribué pour une très large part, ce qui prouve, entre parenthèses, que les Français exportent plus volontiers leurs capitaux que leurs produits, et que nos banques d'affaires, si elles sont loin d'accorder au commerce français tout l'appui que celui-ci serait en droit de leur demander (1), sont très habiles à trouver des placements rémunérateurs.

La ville de Volo se transforme. Sa situation géographique remarquable est de plus en plus appréciée, et

(1) Nous nous permettons à ce sujet de renvoyer à notre étude sur les conditions du crédit en Turkestan. Paris, 1908, chez Rivière.

son hinterland, resté en friche depuis l'exode des paysans turcs après la guerre de 1897, commence à se repeupler rapidement. Si, comme il en est question, le port de Volo devait être avant peu déclaré port franc, l'essor commercial pourrait atteindre des chiffres inconnus. Il faut prévoir ces progrès. Il faut avertir nos compatriotes.

Sans doute nous avons à Volo un vice-consul, M. Jouve, qui, dans un rapport du 19 mars 1908, a bien su mettre en relief cette situation économique actuelle particulière de la Thessalie. Mais qui donc aura lu ce rapport ?

Nous y trouvons une statistique fort éloquente.

C'est celle des vapeurs entrés à Volo en 1906 et 1907.

| Pavillons             | 1906<br>Nombre | 1907<br>Nombre |   | Total |
|-----------------------|----------------|----------------|---|-------|
| Grec . . . . .        | 946            | 1.135          | = | 2,081 |
| Austro-hongrois . . . | 79             | 82             | = | 161   |
| Britannique . . . . . | 19             | 21             | = | 40    |
| Allemand . . . . .    | 6              | 9              | = | 15    |
| Ottoman . . . . .     | 3              | 1              | = | 4     |
| Belge . . . . .       | 2              | 5              | = | 7     |
| Hollandais . . . . .  | 1              | 2              | = | 3     |
| Italien . . . . .     | 1              | 3              | = | 4     |
| Français . . . . .    | 1              | 1              | = | 2     |

A Volo demeure l'ingénieur en chef du chemin de fer de Thessalie, M. Jullien, auteur de travaux économiques remarquables (1). Il a fait auprès du Comité central des armateurs de France (2) des tentatives répétées pour ob-

(1) Notamment une étude sur *l'Influence du change sur l'avenir de l'industrie et de l'agriculture en Grèce*. On la trouve à Constantinople, à l'Imprimerie française de Galata, rue Chahsouvar, n° 37.

(2) A Paris, 16, rue Chauveau-Lagarde.

tenir qu'une Compagnie marseillaise de navigation prit soin de noter que Volo valait la peine de n'être pas complètement oublié ; desservir trois ou quatre fois par an, même sans profit immédiat, une escale aussi importante ne peut être un effort indéfiniment stérile. Le bon sens indique que si Anvers peut envoyer sept navires, Marseille ne devrait pas en envoyer un moindre nombre. On a demandé des chiffres, et M. Jullien en a fourni, mais qui n'ont pas semblé concluants. Ce qu'il faudrait, ce serait une enquête auprès des Compagnies d'Anvers, de Hambourg et de Trieste, et cette enquête pourrait nous apprendre pourquoi ce qui est possible aux Autrichiens, aux Belges, aux Allemands, moins favorisés par la situation géographique, est impossible aux Français dont les produits sont cependant si demandés. Il y a là, de la part de nos armateurs, une répugnance à l'effort que l'on doit déplorer, mais dont on doit tenir compte. Il faut aider les Compagnies que des incertitudes financières inquiètent. Il faut leur prouver par une étude monographique de la question que l'escale à Volo serait rémunératrice. Cette étude suppose des voyages qu'on ne peut demander ni au conseiller du commerce extérieur, M. Jullien, que sa situation d'ingénieur retient à Volo et qui a le droit d'être fatigué de tant d'efforts désintéressés et stériles, ni au vice-consul qui est en même temps chancelier. Ces voyages seront demandés à un chargé de mission, à un consul-voyageur, attaché commercial.

Un autre pays peu connu des Français et dont l'avenir

s'annonce comme magnifique, est le nouveau royaume de Bulgarie. Parmi les peuples qui, récemment, ont su conquérir la liberté, il n'en est peut-être aucun de plus viril, de plus probe, de mieux capable de délicatesse que le peuple bulgare ; aucun n'a davantage en honneur le nom français.

La Bulgarie a emprunté à notre épargne de nombreux millions, mais elle en a dépensé la plus grande partie en France, en achats de fournitures militaires. Il est d'autres gouvernements qui volontiers font appel à la France, mais se servent de l'or qu'elle leur donne, pour favoriser les industries concurrentes des industries françaises (1).

Malgré l'intensité des sentiments sympathiques qui nous unissent aux Bulgares et la facilité avec laquelle on parle français à Varna, nous n'avons jamais fait d'efforts sérieux pour développer nos échanges avec ce pays.

Voici des chiffres (2) :

**Importations en Bulgarie.**

| Nos | PAYS<br>D'ORIGINE   | PÉRIODES   |      |            |      |            |      |
|-----|---------------------|------------|------|------------|------|------------|------|
|     |                     | 1890-1894  |      | 1895-1899  |      | 1900-1904  |      |
|     |                     | en francs  | 0/0  | en francs  | 0/0  | en francs  | 0/0  |
| 1   | Autriche-Hongrie... | 32.544.557 | 37,5 | 20.933.925 | 28,9 | 21.802.178 | 27,3 |
| 2   | Angleterre.....     | 18.847.894 | 21,8 | 17.255.951 | 23,8 | 14.070.067 | 17,6 |
| 3   | Turquie.....        | 10.687.268 | 12,3 | 8.432.011  | 11,6 | 11.029.112 | 13,8 |
| 4   | Allemagne.....      | 8.247.176  | 9,5  | 9.181.217  | 12,7 | 10.978.719 | 13,8 |
| 5   | Italie.....         | 1.849.735  | 2,1  | 2.727.462  | 3,8  | 5.386.180  | 6,8  |
| 6   | France ..           | 3.684.577  | 4,3  | 3.603.348  | 5,0  | 4.988.789  | 6,2  |

(1) Cf. *Le Temps*, 17 janvier 1908.

(2) Ces chiffres sont extraits de « *Bulgaria of to-day* ». Ce livre imprimé avec beaucoup de soin a été édité en 1907 par le ministère bulgare du commerce et de l'agriculture.

En l'année 1906 :

1° La Grande-Bretagne importait pour 19.600.000 le et exportait pour 14.985.000 lei, soit un total de environ 35 mm. ;

2° L'Allemagne importait pour 16.225.000 lei et exportait pour 15.410.000 lei, soit un total de environ 31,5 mm. ;

3° La France (1) importait pour 5.373.000 lei et exportait pour 8.977.000 lei, soit un total de environ 14.2 mm. ;

4° La Belgique importait pour 3.078.000 lei et exportait pour 20.142.000 lei, soit un total de environ 23,2 mm.

Ainsi, nous nous laissons dépasser non pas seulement par l'Autriche-Hongrie et l'Empire ottoman qui se trouvent par rapport aux pays balkaniques dans une situation géographique particulièrement avantageuse, mais aussi par la Grande-Bretagne, par l'Allemagne, et même (si, au lieu de ne considérer que les importations, on préfère mettre en relief l'ensemble des échanges) par la Belgique.

Certes nous avons repris aux Italiens les positions qu'ils nous avaient enlevées en 1900-1904, et nous sommes derechef au 5<sup>e</sup> rang. Mais tandis que depuis seize ans nos exportations ont augmenté légèrement leur chiffre d'affaires, les exportations allemandes ont *doublé*. Quant à l'Angleterre, elle défend et sans trop d'insuccès sa situation, encore privilégiée, du fait de l'ancienneté des sympathies anglo-bulgares.

(1) En janvier 1906, la France a signé avec la Bulgarie un traité de commerce avantageux.

Pourquoi l'Allemagne voit-elle si souvent préférer ses produits aux nôtres ?

Comme nous, elle exporte en Bulgarie des machines, des outils, des œuvres en fer, des matières textiles ; elle exporte en outre des locomotives.

Il est déjà singulier d'avoir à constater que nous n'avons même pas essayé de faire acheter une seule locomotive en Bulgarie, tandis que nous en avons exporté un si grand nombre en Russie (1), au plus grand détriment des industriels français des faubourgs et environs de Moscou (2). Voilà un fait qui prouve bien que notre commerce manque de direction.

En ce qui concerne la machinerie et les textiles, le résultat était à prévoir.

Les Bulgares ne sont généralement pas assez riches pour acheter des vêtements de luxe, ou monter des industries perfectionnées ; l'important pour eux est d'avoir un minimum de confort et un minimum de frais d'établissement ; quand ils auront gagné un peu d'argent, ils monteront leurs industries sur un pied plus élevé et sacrifieront davantage à l'art. En sorte que les Allemands, producteurs à bon marché, doivent nécessairement, au point où en sont les Bulgares dans leur ascension vers le développement de leur économie nationale, se voir

(1) Ainsi les trains de la ligne de Moscou-Nijni sont trainés par des machines des anciens établissements « Cail ».

(2) Ainsi la Société des Hauts-Fourneaux, Forges et Aciéries en Russie.

nettement — quoique provisoirement — préférer aux Anglais ou aux Français dont les produits sont meilleurs, mais plus chers.

Mais tout en faisant à l'inévitable sa part, il faut reconnaître que les Français pourraient arriver à des résultats bien supérieurs. Le pavillon français est, dans la mer Noire, beaucoup plus commun que l'allemand; néanmoins les statistiques nous apprennent qu'en 1900-1904 (1), 125 navires prussiens ou hambourgeois ont touché le port de Varna, tandis que nos bateaux ne s'arrêtaient que 36 fois. Pourquoi laissons-nous à la Hollande et à la Roumanie le privilège d'importer de la colle forte? à la Suisse et à la Turquie le monopole des confitures? et à l'Allemagne les vapeurs, les wagons, les voitures?

La Bulgarie travaille, elle a du crédit, et bientôt elle aura des économies suffisantes pour acheter plus et mieux. A ce moment-là, que manquera-t-il aux Français?

D'abord ce que les Allemands ont à Sofia depuis longtemps : savoir un musée d'échantillons (2).

Ensuite un groupe d'hommes qui soient à même de guider notre exportation.

C'est dans un pays comme celui-là que la France pourrait, devrait adopter le système économique, ingénieux, satisfaisant que la Suisse applique dans ses relations commerciales avec la France.

(1) *Op. cit.*

(2) Cf. plus haut, chap. III, § 4.

Mais en attendant la constitution de cet état de choses normal, l'envoi en mission d'un attaché commercial pourrait rendre service s'il devait en résulter une exploration méthodique et scientifique des possibilités de pénétration des produits français en ce pays.

Ces réformes ne doivent pas seulement s'appliquer aux relations économiques franco-bulgares; elles conviendraient à merveille aux relations franco-égyptiennes, franco-serbes, franco-roumaines, franco-persanes.

Il y a là, aux limites de l'Europe, tout un ensemble de pays où les grandes nations européennes se disputent la prééminence économique et où, pour toutes sortes de raisons, la France devrait toujours l'emporter sur ses rivales.

Pour le continent australien, un attaché commercial de consulat serait également indispensable.

L'Australie exporte beaucoup et surtout aux Indes, en Angleterre et en France. Depuis deux ans, les statistiques sur l'approvisionnement de Paris mentionnent la vente aux Halles Centrales de lièvres australiens. Ces lièvres sont apportés en Europe par des bateaux pourvus d'appareils frigorifiques et ils sont un élément d'un commerce original et fort important. Ce pays a donc *organisé* son exportation. Au contraire, les statistiques douanières témoignent de la faiblesse de notre effort. Nous exportons en Australie des objets de luxe, des objets chers. Et cependant les valeurs introduites par nous sont surpassées par les valeurs en provenance du Royaume-Uni, de l'Inde, de Ceylan, de l'Allemagne, des Etats-Unis, de la Nouvelle-Zélande et même de la Belgique.

Donc sur le continent australien nous avons des débouchés minimes ; les causes de cette situation sont peut-être assez complexes (1). Ne pourrait-on les étudier ? Un consul en mission ne pourrait-il écrire une monographie sur le commerce australien de la laine ? Celui-ci est très considérable et intéresse à un très haut point et les agriculteurs européens qui élèvent du mouton et les filateurs, car de l'importance ou de la faiblesse de la tonte en Australie dépendent les cours de la laine en Europe.

Ne pourrait-il nous expliquer pourquoi les Français n'ont pas de représentants de commerce en Australie, pourquoi ils n'y sont pas aimés, ce qu'il faudrait faire pour assurer le succès de la ligne commerciale que se proposent de créer nos Messageries Maritimes (2) ? Un consul français a signalé naguère que pour transporter des marchandises d'Aubervilliers (près Paris) à Volo (Grèce), il *fallait* les envoyer via Anvers. Il est établi aujourd'hui qu'une bonne partie du commerce de laines

(1) Assurément l'une de ces causes est l'insuffisance de notre émigration. Elle est nulle. L'Allemagne au contraire possède en Australie 38.434 nationaux (d'après un recensement de 1901. Cf. *Gotha*, 1908, p. 885).

L'importation de produits français peut se chiffrer pour 1906 à 463.000 liv. sterl., tandis que l'importation de produits allemands s'élève à 3.205.000 liv. sterl., soit environ sept fois davantage.

(2) On sait que le Parlement se prépare à examiner un projet de convention entre l'Etat (ministère des finances) et les Messageries Maritimes, projet grâce auquel celles-ci se trouveraient en mesure d'emprunter à petit intérêt les sommes considérables qui lui seront nécessaires pour construire des navires neufs.

franco-australien se fait par les bateaux allemands, dont le fret est sensiblement moins élevé.

Voilà toute une série d'anomalies dont des hommes même très autorisés (1) se bornent à constater les effets regrettables et les causes apparentes, mais dont ils se déclarent impuissants à retrouver les causes profondes. Un homme jeune et qui aurait la liberté suffisante pour faire en Australie, à Ceylan, en Europe une enquête sur ce point rendrait un grand service à son pays.

Enfin, il y a des pays industriels comme l'Alsace, ou la région qui va de Crefeld au Rhin, où un consul-voyageur (attaché commercial de consulat) pourrait rendre les plus grands services.

En Saxe, il n'est nul besoin d'un consulat général, non plus qu'à Francfort, mais il y aurait avantage à nommer sans retard des attachés commerciaux de consulat en Silésie-Prusse orientale et à Berlin-Hambourg.

Ces nominations n'ont pas été faites. Peut-être cependant s'imposaient-elles avant la création d'un emploi d'attaché commercial à l'ambassade de Berlin.

Non que cet emploi soit inutile. Car s'il est un ambassadeur absorbé par la multiplicité des problèmes politiques, c'est bien l'ambassadeur à Berlin. Si travailleur soit-il, cet homme est tenu de s'en rapporter à un collaborateur pour la solution des difficultés d'ordre écono-

(1) Ainsi M. Clavery, ancien directeur des consulats, administrateur des Messageries Maritimes

mique : c'est reconnaître nettement l'utilité d'un conseiller commercial.

Mais la nomination d'attachés commerciaux était peut-être plus urgente. Cette observation ne vaut d'ailleurs heureusement que pour le principe, car en réalité, l'homme qui vient d'être nommé attaché commercial près de notre ambassade à Berlin (1), a vécu longtemps en Allemagne, y a déjà rempli avec le titre de consul de véritables missions commerciales, et pourra sans doute cumuler avec succès, dans un pays aussi favorisé de voies de communication, la double tâche de conseiller de l'ambassadeur pour les questions économiques et commerciales, et de voyageur enquêteur sur les divers marchés de l'Empire.

Parmi les personnes qui se sont occupées de la question de l'affectation des attachés commerciaux, il en est qui, sans aller jusqu'à préconiser la distinction, à notre sens essentielle, entre les attachés commerciaux d'am-

(1) M. Ferrand, naguère consul à Stuttgart. Ce consulat vient d'être supprimé. Il a été longtemps maintenu non pas du tout pour des raisons commerciales (dans le même sens, consulter le rapport de M. Deschanel, pour le budget de 1908, t. II, p. 424 et suiv.), ou seulement administratives, mais uniquement pour atténuer le mauvais effet produit à la Cour de cette ville par la suppression offensante et par conséquent maladroite de notre représentation diplomatique. Cependant notre consul n'y était aucunement traité d'égal à égal par les chargés d'affaires d'Autriche, de Prusse et de Russie. Il était donc plus simple, plus économique et plus pratique de supprimer le consulat non sans avoir auparavant accrédité notre ambassadeur à Berlin comme ministre de France près de Sa Majesté le roi de Wurtemberg.

bassade et les attachés commerciaux de consulat, ont pourtant entrevu une répartition meilleure à notre avis des missions pour lesquelles on tendait, il y a déjà deux ans et plus, à demander de nouveaux crédits.

Ainsi dans sa séance du 12 mars 1907, le Comité du commerce extérieur (1) entendait un rapport d'un conseiller, M. Jules Delagrangé. L'auteur demandait la nomination d'attachés commerciaux non plus seulement à New-York et à Londres, mais en Allemagne d'abord, puis « aux pays d'Orient » ; pour le troisième poste, il choisissait « les pays latins de l'Amérique du Sud » ; les quatrième et cinquième emplois auraient été attribués respectivement au Brésil, à la Russie ; le sixième aux Pays scandinaves, au Danemark, aux Pays-Bas ; le septième serait réservé au Mexique.

Ce rapport est clair. Les conclusions s'appuient d'une part sur une étude comparée de l'importance du trafic actuel avec les différents pays où s'exerce notre exportation ; et d'autre part sur l'évaluation des ressources et l'état du développement des pays que nous nous proposons d'exploiter. C'est probablement l'étude la plus sérieuse qui ait été publiée en France sur la question.

Du moment où l'on était décidé à nommer des attachés commerciaux de légation (ou ambassade), il eût été préférable de créer un attaché commercial et agricole de légation au Brésil plutôt qu'en Extrême-Orient où

(1) Paris, 15, rue Auber. — Cf. Bulletin de mai 1907.

l'hostilité des indigènes, la diversité des langues et des habitudes commerciales empêchera tout succès.

D'ailleurs, le rapport de M. Delagrange observe avec raison que : « les attachés désignés pour un poste devront connaître à fond la langue du pays ». Or, on trouverait et sans trop de peine dans le cadre consulaire quelque économiste familier de la langue portugaise. Mais la langue japonaise et les parlers de l'Empire Céleste offrent des difficultés autrement grandes et peut-être ne possédons-nous pas d'agent assez présomptueux pour se croire capable d'exercer dans tout l'Extrême-Orient l'action d'un attaché commercial. Il y a impossibilité.

En présence de l'immensité de la tâche qu'on vient de leur confier, les nouveaux attachés s'essaieront de suite à sérier les problèmes. Ils étudieront un marché avant d'en étudier un second. A cette condition seulement ils feront œuvre utile. Mais n'est-ce pas là précisément la preuve que notre conception de l'attaché commercial de consulat est la seule viable et que toute autre conception doit nécessairement aboutir à la nouvelle pratique anglaise, c'est-à-dire en fait et bien qu'on se refuse à l'avouer : à la *suppression* des attachés commerciaux ?

## CHAPITRE VI

### ESQUISSE DU RÔLE GÉNÉRAL DU FUTUR ATTACHÉ COMMERCIAL DE CONSULAT FRANÇAIS.

#### SOMMAIRE

Les attachés agricoles français. — M. Périer considéré comme consul-voyageur (attaché commercial de consulat) ; comme auteur de monographies agricoles. — Caractères distinctifs d'un attaché commercial de consulat.

La France, nous le savons (1), jouit d'une grande prospérité agricole, et il ne semble pas que l'observation de ce qui se fait dans les pays étrangers puisse à cet égard nous être d'un grand profit.

C'est ce que chacun comprend très bien ; aussi n'a-t-il plus jamais été question de la création d'attachés agricoles français depuis l'échec de la tentative de 1881-1883 (2).

Mais l'un de nos attachés commerciaux a eu parfois à

(1) Cf. chap. 1<sup>er</sup>, p. 5 et suiv.

(2) Cependant des attachés agricoles qui auraient quelque indépendance rendraient assurément plus de services que l'office de renseignements agricoles que dirige un M. Lesage et qu'a institué un décret du 27 avril 1901. Cette office est un rouage purement administratif, complètement ignoré des agriculteurs, ce qui prouve assez combien il manque de vie. Il publie un bulletin mensuel où tout apparaît beaucoup trop tard (ainsi l'état des récoltes paraît au mois d'août) et où l'on a de certains parti-pris qui sont non seulement anti-scientifiques, mais sont même tout à fait ridicules ; c'est ainsi que jamais

s'occuper de perfectionner non certes la production, mais du moins l'organisation de la production, quand celle-ci avait pour objet l'exportation sur celui des marchés étrangers qui est le plus friand des produits de notre sol, c'est-à-dire le marché anglais.

Pour donner d'utiles conseils à l'organisation de la production agricole, ce n'est pas un attaché technique qu'il faut être, c'est plutôt un commerçant, ou mieux encore un économiste ayant le souci du commerce d'exportation, que son objet soit agricole ou manufacturé.

C'est ce qui a distingué et justement mis en relief M. Ferrand, consul de France à Stuttgart, poste peu chargé et qui donnait à son titulaire des loisirs pour faire des enquêtes relevant du rôle de l'attaché commercial de consulat. L'une de ces études a paru en juin 1907 sous le titre de « Guide de l'importateur des pommes à cidre en Wurtemberg ». Cette monographie peut être admirée sans réserves ; en voici le plan.

I. — La pommiculture et le Wurtemberg.

Statistiques des pommiers et des poiriers.

- des récoltes en milliers de kilogrammes.
- des prix des pommes et poires au demi-gros.

Commentaire de ces statistiques.

II. — Part respective de chaque grand pays dans l'importation des pommes à cidre.

il n'est question de l'Autriche. Il ne faut pas confondre cet office avec le bureau public de renseignements agricoles que dirige M. Allard.

## III. — Le marché de Stuttgart.

Epoque d'importation et droits de douane.

Qualité des pommes requise ; espèces.

Conditions de vente.

Liste de commissionnaires recommandables.

Consignation aux commissionnaires.

Cours du marché à Stuttgart.

## IV. — Formalités d'expédition.

## V. — Distances kilométriques et prix du transport.

Nous verrons (1) que de se montrer économiste-commerçant est précisément aussi le caractère distinctif de celui de nos attachés commerciaux dont l'œuvre doit être étudiée comme un modèle, M. J. B. Périer.

## I

Sa nomination qui est la première en date, ne fut pas antérieure à décembre 1904. Ce retard était dû aux espérances qu'avait fait concevoir la loi du 4 mars et surtout le décret du 21 mai 1898 (2).

Lorsqu'il fut nettement acquis que les conseillers du commerce extérieur ne pouvaient se donner sans réserve à l'intérêt public, on résolut de ne pas retarder plus longtemps l'une au moins des nominations indispensables : M. Périer fut élu.

Le choix était particulièrement heureux. Consul suppléant à Londres pendant quatre années, M. Jean Périer

(1) Cf. même chapitre, p. 138 et suiv.

(2) Voir chap. II.

y avait déjà de son propre mouvement tenté quelques recherches originales qui l'avaient signalé à l'attention du Département. Il convenait de donner à ce jeune homme laborieux, instruit, plein d'ardeur, le moyen d'exercer son activité avec plus d'indépendance et sur un champ plus vaste (1).

Au lieu donc de le nommer consul sans résidence fixe (attaché commercial de consulat), on préféra le rattacher à une grande ambassade. Londres était indiqué.

M. Cambon accueillit avec plaisir le titulaire du nouveau poste. Depuis longtemps notre ambassadeur s'efforce de multiplier les relations de la France avec la Grande-Bretagne, et nous savons tous, de part et d'autre de la Manche, quels succès ont couronné ces efforts. Mais le rôle d'un ambassadeur ne consiste pas à entrer dans le détail des questions commerciales, et, dans l'œuvre de rapprochement qu'il avait entreprise, M. Périer devait être un collaborateur très précieux.

Notre agent eut d'abord la double ambition de travailler vite et bien. Au moment de son arrivée à Londres, plusieurs puissances, y compris le Danemark et le Portugal, possédaient en cette ville des attachés agricoles commerciaux, et avaient retiré de leur labeur les avantages les plus sensibles (2).

« Lors de notre nomination, écrit-il, nous avons reçu

(1) M. Périer fut nommé consul suppléant en 1899, consul suppléant à Londres le 22 octobre 1900.

(2) Voir plus haut, ch. III.

pour instructions d'aider de tous nos efforts l'exportation française en Angleterre par les moyens que l'expérience indiquerait comme les plus pratiques et les plus efficaces. A cet effet, il nous a paru que nos fonctions devraient consister non pas simplement à rédiger des rapports, mais surtout et avant tout à exercer en Angleterre et en France une sorte d'action commerciale. »

Il est manifeste que dès son arrivée M. Périer entre, qu'on nous pardonne cette expression, dans la peau de son personnage.

Son premier soin est de faire connaître au public son intention d'aider de tout son pouvoir les initiatives privées, sans aller pourtant jusqu'à susciter directement ces initiatives ; agir autrement serait, de la part d'un agent de l'Etat une imprudence.

Lorsqu'un représentant de commerce, un négociant, un producteur ou un futur commerçant indique une initiative qu'il compte prendre et exprime le désir de recevoir tel ou tel renseignement, on répond à l'objet de sa demande ; même on lui suggère, sous les réserves d'usage, de se mettre en relation avec telle ou telle personne. Si l'initiative en question est particulièrement digne d'encouragements, l'on ne s'en tient pas à cette première réponse, mais l'on communique ultérieurement à l'intéressé, et souvent à plusieurs reprises, toutes les informations complémentaires dont il pourrait tirer profit. Une initiative née de soi-même ne saurait être trop aidée, et agir dans son intérêt, c'est travailler dans l'intérêt général de notre exportation.

C'est ce que M. Périer appelle, à défaut d'une expression peut-être plus exacte, un rôle « d'action commerciale ».

Cette action s'est manifestée par des entretiens avec des commerçants, des producteurs ou des jeunes gens venus en Angleterre ou désireux de s'y rendre dans le but de s'y installer comme représentants de commerce.

M. Périer a multiplié ses entretiens et lui-même s'est multiplié pour y suffire. Voici les statistiques pour la période écoulée entre le 15 février, date de l'entrée en fonctions et le 31 décembre 1905 :

Entretiens commerciaux.

|                                             |            |
|---------------------------------------------|------------|
| Concernant les produits agricoles . . . . . | 103        |
| — les articles fabriqués . . . . .          | 157        |
| — la représentation de commerce . . . .     | 35         |
| — des questions diverses . . . . .          | 35         |
| Total. . . . .                              | <u>330</u> |

dont 60 eurent lieu à Paris, à l'Office national du commerce extérieur.

Ces entretiens se sont continués ou renouvelés sous forme de correspondance. Les chiffres que nous communiqua M. Périer montrent à l'évidence que, pour beaucoup de commerçants, l'attaché commercial est une autorité compétente et à qui on s'adresse.

En 1905, près de 1900 lettres ont été échangées :

|                                      | Lettres reçues | Lettres écrites |
|--------------------------------------|----------------|-----------------|
| Concernant les produits agricoles. . | 378            | 397             |
| — articles fabriqués. . .            | 290            | 350             |
| — futurs négociants . .              | 91             | 86              |
| — questions diverses . .             | 146            | 140             |
| Totaux . .                           | <u>905</u>     | <u>973</u>      |

Ces chiffres s'élèvent en 1906 à un échange de 4.500 lettres (2.292 au départ de Londres ; 2.274 à l'arrivée).

En 1907, M. Périer reçoit plus de 4.000 lettres ; il accorde plus de 1.500 entretiens commerciaux. En présence de totaux si considérables, il a dû demander un secrétaire et il l'a obtenu. Ce collaborateur est précisément celui des lauréats des derniers concours d'entrée dans la carrière qui a reçu moins une formation d'économiste que l'éducation qui convient à un apprenti du haut commerce.

D'où vient l'autorité qui s'attache aux suggestions de M. Périer ? Ce doit être à ce fait que notre attaché voyage, qu'il exerce son action tant en France qu'en Angleterre et que, dans chacun de ces deux pays, il n'hésite pas à faire des tournées d'étude dans les centres de production. Il y recueille mille questions et renseignements divers. Puis, de retour en Angleterre, il prend en note les procédés de nos rivaux et publie des travaux où il s'essaie à indiquer ce qu'il y a de bon dans ces procédés, et dans quelle mesure et avec quelles modifications les Français pourraient se les approprier.

Il rédige et avec beaucoup de clarté des rapports d'ensemble. Leur auteur a fait dans les écoles de solides études. On voit qu'il sait manier les documents, mettre dans un relief différent les observations d'un intérêt inégal et sans oublier jamais la remarque de détail si celle-ci, le cas échéant, peut avoir son utilité.

Ce n'est pas tout. M. Périer a écrit deux monographies

agricoles. L'une a paru en septembre 1905, sous les auspices de l'Office national du commerce extérieur ; elle avait pour objet : l'exportation des beurres français en Angleterre. L'autre, imprimée à Cognac par les soins d'un syndicat de défense, traitait de la restauration de notre commerce d'eau-de-vie en Angleterre.

Cette double série de travaux écrits : a) rapports d'ensemble où l'on néglige les questions commerciales purement anglaises (qui rentrent dans la compétence du consulat général) pour ne s'occuper que de donner une direction au commerce franco-britannique.

b) Monographies industrielles, commerciales, agricoles. — Constitue à la fois l'utilité et l'originalité du rôle de l'attaché commercial à Londres.

Parcourons ces rapports ; nous y verrons par là même les services qu'a pu rendre M. Périer, grâce à ses connaissances économiques, la fréquence de ses voyages, la méthode avec laquelle il étend ses relations et l'intelligence qu'il met à servir de trait d'union.

## II

Notre attaché commercial a débuté (1) par un travail sur l'exportation française en Angleterre et les moyens de l'accroître. Cette étude n'a pour objet que les articles fabriqués ; c'est donc en quelque sorte une monographie.

« Le débouché anglais s'ouvre comme de lui-même à

(1) Rapport du 10 août 1903, publié le 25 par l'Office national du commerce extérieur.

nos articles manufacturés. De quoi en effet se composent ceux de ces articles que nous vendons outre-Manche ? Premièrement, pour 80 millions de francs, d'articles dits de Paris ; secondement, pour 450 millions de francs de confections ou tissus presque entièrement destinés à l'habillement féminin ; troisièmement, d'articles spéciaux et particulièrement soignés de l'industrie du cuir et des industries chimiques, céramique et métallurgique (cui-vrerie et automobiles). Or tous ces articles rencontrent peu de rivalité de la part de la production anglaise, car celle-ci est surtout orientée vers la fabrication des articles de consommation courante, alors que la nôtre, du moins en ce qui concerne l'exportation, s'adonne presque exclusivement à la fabrication de l'article de demi-luxe ou de grand luxe. Comme de plus l'Angleterre compte une nombreuse classe riche pouvant et sachant payer un bel article, notre production se trouve être, à un degré rare, très complémentaire de la production britannique. »

On voit que l'auteur prend à tâche de convaincre. Il s'adresse aux industriels qui sont des fabricants parfaits mais qui, faute de capitaux ou faute d'informations, n'ont pas osé encore aborder le marché britannique.

Rappelant ensuite que le marché anglais pour les produits fabriqués appartient à l'heure présente à l'Allemagne, il étudie la méthode des exportateurs d'Outre-Rhin, expose les inconvénients qu'il peut y avoir à confier sa représentation à un étranger, et, en même temps, la possibilité de trouver des représentants français.

Tout cela est très simple et à la portée des personnes les moins averties des choses de l'exportation.

La monographie sur les beurres (1) se recommande par l'abondance de renseignements. On nous montre, avec force chiffres, énumérations et citations d'auteurs, les résultats auxquels sont parvenus les Néo-Zélandais, les Sibériens, les Finlandais et surtout les Italiens et les Danois. On nous explique les causes de ce succès et M. Périer, qui ne saurait oublier qu'il est un ami de la Réforme sociale, conclut par un appel à l'association entre producteurs, laquelle facilitera la spécialisation agricole, la création de marques soigneusement invariables, et enfin l'obtention de prix de transport plus avantageux. Spécialement il recommande la multiplication des laiteries coopératives qui ne sont pas en effet sans avoir un certain nombre d'avantages. Peut-être est-il permis de regretter que les inconvénients de ces mêmes laiteries aient été passés sous silence ?

Ces coopératives se sont fondées et la vie à la campagne est devenue sensiblement plus chère et moins saine ; les veaux sont nourris d'une manière artificielle, et pour avoir quotidiennement le lait indispensable à la famille, on se voit obligé d'acheter des pâturages, des vaches, des étables ; cette élévation du prix de la vie est, en somme, assez peu démocratique. Mais le but de M. Périer n'est pas, ne peut pas être d'envisager les ré-

(1) Se trouve 3, rue Feydeau. Publiée en septembre 1905.

percussions sur le marché intérieur d'une exportation soudainement accrue. Le ministre lui confie une mission ; il accomplit cette mission avec beaucoup d'intelligence et de succès ; on ne lui doit que des remerciements.

On lui doit aussi beaucoup d'admiration pour la précision, et même la minutie des détails d'organisation qu'il croit devoir recommander à nos exportateurs. Qu'on en juge par ces lignes ; nous les avons rencontrées au rapport (1) sur la vente des eaux-de-vie.

« Je souhaiterais de voir le Syndicat (2) constituer dans son sein un Comité de réclame générale. Cette réclame prendrait surtout la forme d'une petite brochure très soignée, illustrée, imprimée en anglais sur beau papier et que, par exemple, les agents en Angleterre des divers membres du syndicat se chargeraient, au début d'une campagne de vente, de faire répandre à un nombre considérable d'exemplaires. Il en serait adressé à la clientèle déjà connue, aux clubs, aux membres du Parlement, aux médecins et autres notabilités. Enfin il y aurait peut-être lieu d'en faire distribuer, le soir, à l'entrée des gares de la City, car le « business-man » en rentrant chez lui, aime à se détendre l'esprit par une petite lecture attrayante. Or, ce serait bien là le caractère que l'on donnerait à notre brochure, qui porterait sur les points suivants :

(1) Ce rapport n'est pas dans le commerce. Il nous a été communiqué directement par M. Périer.

(2) Syndicat de défense des eaux-de-vie de Cognac.

« 1° Comment les vignobles ont failli être à jamais détruits par un infiniment petit ; agrandissements photographiques du terrible phylloxera (on sait que les compatriotes de Darwin et de Sir John Lubbock sont très intéressés par la vie des insectes et que leurs plus grands « magazines » consacrent de nombreux articles à des sujets d'histoire naturelle).

2° Le second chapitre pourrait être intitulé « le roman de la vigne » On n'ignore pas en effet combien nos voisins aiment à lire un sujet traité sous cette forme littéraire et il suffit, pour s'en convaincre, de constater à quel point un journal d'une psychologie aussi pratique que le *Daily Mail* use de ce procédé et parle à tout moment du *roman* de la science, de la mer, etc. On y montrerait les extraordinaires efforts qu'on a dû faire pour reconstituer les vignobles charentais, les immenses difficultés pour acclimater les plans américains dans les sols calcaires et comment, au cours d'une expédition vraiment romanesque, M. Viala, après avoir parcouru infructueusement une partie de l'Amérique, finit par découvrir au fond du Texas, dans des terrains bien plus infertiles que les plus mauvais sols des Charentes, la variété berlandieri qui devait rendre la vie aux vignobles de la Saintonge. L'œuvre de la reconstitution serait un beau récit d'énergie française, et l'on y reproduirait les pages éloquentes écrites à cet égard par un grand écrivain, dont le nom tout au moins est bien connu en Angleterre, M. Marcel Prévost.

3° Après avoir ainsi saisi l'attention du lecteur, on arriverait, alors, au côté pratique. Dans un troisième chapitre agrémenté, lui aussi, d'une carte des Charentes, de reproductions photographiques des vignobles et des diverses phases de la fabrication du Cognac, même du costume pittoresque des populations rurales charentaises, on expliquerait avec force chiffres et détails : 1° que la replantation des vignobles étant achevée, le consommateur britannique peut obtenir de l'eau-de-vie pur vin (et l'on appuierait cette affirmation d'extraits d'un rapport sur la question du consul d'Angleterre à La Rochelle) ; 2° que la fabrication du cognac, par suite des formidables dépenses (dont on donnerait le compte) exigées par la lutte contre le phylloxera, étant devenue très coûteuse, il faut savoir mettre un certain prix pour obtenir du genuine cognac brandy ;

4° Enfin, on conclurait en citant les passages de la récente enquête entreprise dans les Charentes même par le journal médical *The Lancet*, ainsi que les recherches du directeur de l'Institut Pasteur, M. Duclaux, prouvant ainsi les qualités hygiéniques de l'alcool de vin. »

Que cette réclame soit faite avec persévérance, les consommateurs anglais ne manqueront pas d'exiger du « genuine cognac brandy » et de payer le juste prix. La pureté de l'eau-de-vie se constaterait par une marque de fabrique, propriété d'une union d'exportateurs.

Ce rapport adressé à une collectivité n'a pu que l'émouvoir et la convaincre. Le programme était tracé ; nous

avons tout lieu de croire qu'on le réalise en ce moment même, au plus grand profit de notre commerce.

### III

Voilà une partie de l'œuvre de M. Périer, celle qui a été le plus immédiatement féconde, celle qui lui a attiré la reconnaissance de ses compatriotes, la partie proprement commerciale.

Le succès de M. Périer dans son œuvre de consul voyageur (attaché commercial de consulat), s'explique par le mérite personnel de cet agent, mais aussi par une série de circonstances particulières.

Ainsi il est digne de remarque que Périer a toujours été à Londres. Il y a des relations sans nombre. S'en servir pour ouvrir des débouchés à notre exportation lui a donc été facile. C'est son œuvre de tous les jours, très productive certes, mais une conséquence absolument directe de l'activité qui lui est personnelle, de la sympathie qu'il inspire, de la proximité de la terre française et enfin de l'abondance de ressources de toutes sortes, hommes et documents, qu'offre la place de Londres.

Le mérite est donc, plus encore que dans « l'action commerciale » proprement dite (1), dans l'effort de clarté et de persuasion dont témoignent ses belles monographies sur l'exportation des beurres et celle des eaux-de-vie (2).

(1) Qui se fait par documentation, puis par informations, lettres, entretiens, suggestions.

(2) Rapports qui comportent des indications sur l'état d'âme et les habitudes de la population qui demeure dans le ressort du consulat.

Mais les circonstances que nous venons d'énumérer tendent surtout à indiquer qu'il serait périlleux de conclure du succès de M. Périer au succès probable des attachés de consulat que l'on instituerait en France quelque jour.

Du moins est-il possible de dégager de cette expérience un résidu qui sera comme l'esquisse du rôle économique que dans tous les cas pourra jouer un attaché commercial de consulat.

Le propre d'un attaché commercial de consulat doit être de donner l'impression d'un homme qui cherche et trouve.

Il doit être un entraîneur de volontés ou, si l'on préfère, un adversaire redoutable des hésitations et des méfiances.

Est-ce à dire qu'il faut cacher les obstacles que ne manquera pas de rencontrer l'exportation ? On n'a pas le droit d'agir de la sorte ; il faut au contraire indiquer les obstacles, mais aussi et en même temps le moyen de les tourner ou, ce qui vaut mieux, de les franchir.

Une étude minutieuse est nécessaire pour laquelle une éducation économique peut ne pas suffire. Il faut en outre le sens du commerce et, à défaut d'éducation spéciale, une grande habitude des commerçants, une connaissance sérieuse de leurs mœurs et de leur manière de voir.

Si nous considérons un pays comme l'Allemagne par exemple qui, sur un marché étranger quelconque, tend à

supplanter les produits naguère en faveur, nous cherchons à nous expliquer les causes de ce succès.

Assurément les grandes causes ne sont pas pour nous un mystère.

Mais ce que nous ignorons encore dans une large mesure, malgré tant d'enquêtes, c'est l'ensemble des petits faits, des procédés, par lesquels le commerce allemand se développe tous les jours.

Ce serait une grande source de puissance pour nos industriels et nos commerçants de connaître les dessous de cette formidable expansion commerciale qui, mystérieuse, demeurerait intimidante. S'ils savaient, de source certaine, que toute cette prospérité tient à un ensemble de causes très explicables et possibles à créer chez nous ; s'ils avaient l'assurance, grâce à cette connaissance, de pouvoir entrer en lutte sur tous les marchés avec les industriels allemands, en y ayant de grandes chances de succès ; enfin si, forts de l'expérience des autres, nos industriels, persuadés que la puissance allemande vient de l'énergie et de la cohésion dans l'effort, s'organisaient aussi en bloc pour la lutte, notre commerce d'exportation ferait un progrès énorme.

Donner la vision de ces causes de prospérité, et en indiquer un à un les procédés particuliers, doit être la tâche du consul-voyageur et son devoir vis-à-vis de ses compatriotes.

## CHAPITRE VII

### MISSION DU FUTUR ATTACHÉ COMMERCIAL D'AMBASSADE FRANÇAIS.

#### SOMMAIRE.

Les rapports. — L'œuvre philosophique et synthétique de M. Périer.  
— Travaux d'un caractère général. — L'inspection des consulats.

I. — Beaucoup de bons esprits s'attachent à rechercher les causes *générales* de la supériorité ou de l'infériorité économique d'un peuple ; les résultats de ces études sont le plus souvent publiés, et ainsi nous n'attachons qu'une importance occasionnelle aux rapports généraux des consuls voyageurs qui ne seront trop souvent que des redites, une série d'emprunts à des articles ou à des livres récents ou même anciens.

Par exception nous croyons devoir signaler deux rapports d'ensemble. Ils sont dus à M. Périer (1).

Nous nous excusons de revenir si souvent sur ce nom : nous n'avons pas l'intention de faire son apologie, mais seulement de lui rendre justice.

(1) Cf. le *Moniteur officiel*, numéros du 17 mai 1906 et du 7 novembre 1907.

\*  
\* \*

Dans l'une de ces études l'on expose que notre commerce avec le Royaume-Uni n'est pas ce qu'il devrait être et même dans certaines de ces branches n'est plus ce qu'il a été autrefois. Cela tient à ce qu'il est à peu près *inorganisé*.

On signale quelques manifestations de cette incohérence. Puis on indique les progrès à réaliser. On plaide en faveur de la fondation de comptoirs et de banques d'exportation. On conseille aux commerçants français de s'associer leur représentant en Angleterre, et, par conséquence, le mieux écouter et lui donner satisfaction. M. Périer synthétise ses études sur le choix d'un représentant, et il s'essaie à en tirer des principes généraux à l'usage de tous ceux qui aont chargés de former et de recruter nos représentants.

Pour que le jeune Français réussisse en Angleterre, il lui faut d'abord une santé vigoureuse, qui supporte un climat plus froid et surtout plus humide que le nôtre ; puis la nécessité de réussir : c'est un constant soutien pour l'énergie. Il faut encore :

a) Ne pas être, en principe, âgé de plus de 18 ans environ.

b) Autant que possible, savoir se servir de la machine à écrire et connaître la sténographie française.

c) Avoir un esprit pas rêveur, pas surchargé de culture classique, mais très ouvert aux réalités et idées générales de notre temps.

d) Être de tenue très correcte.

e) Disposer, pendant 3, 6 ou 8 mois d'une somme mensuelle d'environ 150 francs. Cette somme permettra d'attendre le moment où on aura pris l'habitude de la langue, de la mentalité, du milieu anglais.

C'est donc tout un programme de formation éducative que propose ici notre attaché commercial, programme qui, joint aux efforts qu'il tente pour le placement de nos représentants, ne peut que porter ses fruits. Nul rapport officiel, jusqu'à présent, n'avait ainsi précisé et préconisé une formation d'esprit préliminaire en vue du succès de notre commerce d'exportation.

C'était prendre la question par son point faible, puisque, après des études très approfondies sur la décadence de notre commerce en Grande-Bretagne, M. Périer a trouvé comme cause fondamentale l'insuffisance de la représentation française.

« Lorsqu'on veut bien réfléchir, il est aisé de comprendre que, par intérêt, par amour-propre, par hérédité, par éducation, nul n'est plus apte à pousser à l'étranger la vente d'un produit que l'homme né dans le pays d'expédition de ce produit, ou mieux encore dans la région d'où il provient. D'autre part, lorsque les représentants étrangers voient un produit provenant d'un pays qui n'est pas leur, moins demandé que par le passé, ils ne sont guère portés à rechercher les moyens d'en relever la vente, et ils l'abandonnent tout simplement. Au contraire, les agents originaires du pays qui exporte

ce produit sont incités, par patriotisme et intérêt à agir autrement. *L'avenir d'un représentant de commerce français, par exemple, est entièrement lié à la prospérité de l'exportation française* Il n'a, en effet, aucune chance d'obtenir la représentation d'articles du pays où il est établi et guère l'espoir de se voir confier des produits d'un autre pays étranger ; c'est donc *à son propre pays que son intérêt l'unit.* » Bref, le commerce suit ses nationaux ; pour exporter des produits, il faut *d'abord exporter des hommes.*

\*  
\* \*

Notre attaché commercial s'est employé de son mieux à favoriser cette exportation préliminaire ; il accueille les jeunes gens, les observe, et leur crée des relations dans la mesure où il le peut et où il croit servir l'intérêt général. Il « canalise » vers ces jeunes gens les demandes d'agents venues de France. Si les fabricants se plaignent d'avoir beaucoup de difficultés à se procurer de bons agents, ces derniers, de leur côté, ont une peine non moins grande à trouver des exportateurs comprenant les conditions du marché anglais et prêts à s'y conformer. Pour que les représentants à leur début puissent obtenir aussi promptement que possible une série de bonnes agences, il est donc nécessaire de les mettre en relations avec un très grand nombre de fabricants.

M. Périer voudrait pouvoir davantage : il a de sa mission une très haute idée ; sa vie de travail semble un

compromis entre les applications pratiques du bien et la recherche *philosophique* du mieux. « L'idéal, dit-il, serait que toute demande d'agent émanant de France pût être soumise à tous les représentants français de Londres, susceptibles de s'en occuper. Il est même, de plus, nécessaire d'insister auprès des agents pour qu'ils ne refusent pas une agence, sans y avoir réfléchi, sans s'être livrés à son sujet à une petite enquête auprès des maisons anglaises. Il y a environ un an, un des plus actifs représentants français de Londres, avait cependant refusé plusieurs propositions de fabricants que je lui avais soumises, parce qu'il s'agissait d'articles un peu en dehors de sa spécialité. Il avait objecté et, en principe, avec raison qu'il faut se cantonner exclusivement dans sa « partie ». Toutefois, comme j'avais particulièrement insisté au sujet d'une demande qui me semblait digne d'attention, il consentit à entreprendre une enquête. A ma vive satisfaction, il m'écrivait quelque temps après : « Nous croyons que l'affaire est excellente. Aucun représentant ne s'occupe de cet article ici et cependant la consommation paraît plus forte que la production. Nous pensons que tout ce que M. X. pourra nous procurer sera de vente facile à Londres. De plus, cet article en entraîne d'autres que nous vous ferons connaître dans notre prochaine conversation. Nous sommes enchantés, car nous découvrons là un véritable filon inexploité. C'est à en rester confondu. Nous n'oublierons pas que c'est à vous que nous devons cela et nous ne saurions trop vous en remercier. »

Pour aider les représentants de commerce, il ne suffit pas de leur soumettre les offres d'agences venant de France et d'insister pour qu'ils les examinent attentivement. Il n'est pas rare que des représentants signalent tel ou tel article pour lequel ils voient un placement certain dans la clientèle qu'ils visitent, et dont cependant ils n'ont pu encore se procurer la représentation. Ils informent notre attaché qui s'empresse de faire insérer au *Moniteur officiel du commerce*, et dans les journaux de la région où est surtout fabriqué l'article recherché, une note annonçant qu'il y a à Londres un débouché pour cet article et que pour toutes informations il y a lieu d'écrire à l'attaché commercial. On reçoit généralement de 5 à 10 demandes parmi lesquelles le représentant fait son choix ; il peut de la sorte, sans prendre la peine d'aller en France à la recherche d'un fabricant, se procurer l'agence de l'article qu'il désire avoir en mains.

Que si l'agent préfère passer le Pas-de-Calais, M. Périer peut lui rendre un autre service. Grâce au système de classement régional de ses dossiers, il est toujours à même de documenter les intermédiaires sur la région française à visiter, d'orienter le sens de leurs recherches, de leur indiquer les personnes à voir, et, à l'occasion, de leur donner pour celles-ci des lettres d'introduction.

Il arrive enfin que l'on ne puisse, à l'aide des demandes venant de France ou des insertions au *Moniteur officiel du commerce*, procurer au représentant le genre de

représentations qu'il cherche. Bonne note est prise de son désir afin de ne pas laisser échapper l'occasion lorsqu'elle se présentera. Voici, à cet égard, un exemple qui montre, en même temps, ce que doit être un industriel capable de réussir en Angleterre : « Nous serions heureux d'entrer en relations avec un fabricant de... Ces articles, croyons-nous, sont fabriqués dans l'Eure », c'est en ces termes qu'en avril 1906 un représentant s'adressait à M. Périer. Celui-ci n'avait jamais eu de demandes provenant de cette région ; il fit donc insérer une note au *Moniteur*, mais sans aucun résultat. Quelque temps après, M. Périer, au cours de son « voyage annuel de mission commerciale en France », fut amené à s'arrêter dans l'Eure ; l'occasion s'offrit en quelque sorte d'elle-même d'indiquer à un fabricant l'adresse du représentant précité.

A l'inverse du cas qui vient d'être exposé, il est fréquent qu'au cours de ses voyages en France, il se trouve à même d'indiquer à des industriels le genre de représentants dont ils ont besoin. Il prend également note de ces desiderata et, de retour en Angleterre, il parvient généralement à y satisfaire.

\*  
\* \*

L'existence de ces rapports dont la profondeur de vues est remarquable, prouve à la fois beaucoup d'imagination et de science, d'une part, et beaucoup d'expérience d'autre part.

Donc ces rapports synthétiques, ces conseils pour l'organisation rentrent normalement dans le cadre de l'activité d'un attaché commercial d'ambassade qui seul aura, dans l'hypothèse que nous voudrions réaliser, assez de culture et d'expérience pour atteindre cette profondeur de vues.

\* \*

II. — Et ce n'est pas seulement parce qu'ils supposent des connaissances approfondies, que ces conseils émaneront des attachés commerciaux d'ambassade, mais aussi parce qu'ils valent pour tout le territoire d'une nation, si du moins ce pays n'est pas trop nettement divisé en régions.

Ainsi l'agent qui, attaché à notre future légation près du gouvernement canadien, adresserait une étude approfondie sur la législation commerciale de ce pays, l'application des tarifs douaniers, la modification des traités de commerce ou les progrès à réaliser dans les relations maritimes franco-canadiennes, ferait une œuvre de conseiller commercial (attaché commercial d'ambassade).

Ainsi encore, l'agent qui de Londres encourage à la création d'une banque française de commerce extérieur (1), ne pense pas seulement à la circonscription

(1) Il est en effet question de fonder une banque d'exportation. La réunion préparatoire a eu lieu le 29 janvier 1908. On trouvera dans le bulletin de mars du Comité des conseillers du commerce extérieur (Paris, 15, rue Auber) un compte-rendu de cette réunion. La nécessité de la création nouvelle a été démontrée par M. Daniel Weil (p. 33-

consulaire de Londres, mais à tout le Royaume-Uni, peut-être même à tout l'Empire.

De même l'agent qui, demain, de Buenos-Ayres, signalera l'utilité du fonctionnement d'un office d'information des émigrants (1) aura en vue non pas seulement la déjà trop vaste province de Buenos-Ayres, mais aussi le peuplement (moins rémunérateur mais moins coûteux) des autres provinces de la République.

Une enquête sur l'administration des différents ports d'un pays, les causes de leurs succès, leurs chances de développements, si elle se termine par une conclusion générale — favorable par exemple à l'autonomie — rentre dans les attributions d'un attaché commercial d'ambassade.

De même des rapports et considérations sur l'enseignement technique professionnel, commercial, industriel, forestier, agricole, maritime, des vues d'ensemble, un effort de synthèse.

Ainsi M. Périer, qui nous apparaît non certes comme le type, mais du moins comme le meilleur modèle de l'attaché commercial de consulat, a parfois dépassé sa mission normale. Il a fait lui aussi de la science. Ainsi, dans l'un de ses rapports, il a signalé et érigé en loi les con-

34 au rapport cité); et très heureusement commentée par MM. G. Fermé, J. Siegfried, Stetten (président de la Chambre des négociants commissionnaires), et le député Gérald. — Cf. en sens contraire le *Journal des Débats*, du 14 février 1909.

(1) Il existe à Londres (31, Broadway S. W.) un office d'information des émigrants. Le « chief clerk » est M. Jones.

clusions d'un article de M. Vaxweiler (*Revue économique internationale*, mai 1904), sur le rôle de l'ingénieur commercial dans la concurrence américaine : « Ce qui peut le mieux assurer le succès d'un futur représentant de commerce et lui donner une véritable supériorité, est le fait pour celui-ci d'avoir un esprit chercheur, pas surchargé de culture classique, très ouvert aux réalités et idées générales de notre temps... D'autre part, la simple pratique des affaires est presque toujours insuffisante pour former un négociant véritablement supérieur, c'est-à-dire ayant de l'imagination, des vues larges, sachant embrasser les ensembles, manier et exposer les idées générales... Ne serait-il donc pas possible de constituer pour les futurs négociants, surtout pour ceux qui doivent être les pionniers de notre exportation, un enseignement que l'on pourrait à juste titre qualifier d'enseignement contemporain et qui, en dehors des connaissances purement techniques, développerait chez l'adolescent une culture générale, mais une culture générale portant sur les faits, les hommes et les idées de notre temps (1) ? »

L'importance de ce travail de synthèse pourrait être immense parce que le caractère de généralité des indications fournies correspondrait non à des notions vagues, mais à une connaissance parfaite des détails. La synthèse n'est en effet que la reconstitution des vérités économi-

(1) Supplément au *Moniteur officiel* du 17 mai 1906, p. 24.

ques générales après que l'analyse sérieuse et détaillée de leurs causes a été faite.

L'attaché commercial d'ambassade, économiste-voyageur, préparerait encore la conclusion des traités de commerce. Rien n'est plus important, rien ne fut pourtant jusqu'aujourd'hui plus négligé par nous. Ses efforts unis à ceux des chambres de commerce et des associations professionnelles faciliteraient la tâche ingrate de la commission parlementaire des douanes.

A l'instar de MM. Austen Lee, Raffalovich, Sabini, pour ne citer que les plus connus, il deviendrait, comme conseiller de l'ambassadeur et du ministre, un homme précieux à sa patrie :

\*  
\* \*

III. — A un homme aussi considérable que le futur attaché commercial d'ambassade, on pourra sans hésiter confier la mission délicate de l'inspection des consulats. Par cet intermédiaire qu'en vérité désigne son expérience, le contrôle sera constant, impartial, économique. Les voyages ne seront pas indispensables, car cette inspection n'aura pas pour objet la tenue matérielle des bureaux, ni la correction de la comptabilité (1) ; l'important sera de centraliser au centre diplomatique et dans les mains de l'attaché commercial d'ambassade toutes les correspondances adressées au département du commerce.

(1) En sens contraire, cf. Deschanel, t. II, ch. XII du Rapport sur le budget pour 1908.

Toutes les notes de caractère mixte ou purement diplomatique seraient adressées à l'ambassadeur, lequel s'associerait son conseiller commercial dans la mesure où il le jugerait convenable.

Il nous semble enfin que l'attaché commercial d'ambassade ne devrait avoir pour chef que son ambassadeur (ou ministre résident) seul responsable. C'est une illusion de penser que le conseiller commercial du ministère (1) puisse avoir une autorité réelle sur un savant, un collaborateur effectif et constant du chef de la légation. C'est à celui-ci qu'il appartiendra d'adresser au ministre les rapports de son attaché commercial d'ambassade. Et ce sera au ministre, à confier les rapports qui lui seront parvenus — avec le visa de l'ambassadeur, — au conseiller commercial et financier qui aura charge de les centraliser, de les lire et d'en donner au ministre une analyse ou une appréciation.

(1) Cet emploi est de création récente. L'utilité est certaine. Elle a été précisée avec une netteté vraiment admirable (art. 7) par le décret du 29 avril 1907.

## CHAPITRE VIII

### HISTORIQUE ET RECRUTEMENT DES ATTACHÉS COMMERCIAUX.

Notre travail ne serait pas complet si, après avoir décrit un système d'organisation des nouveaux fonctionnaires, nous hésitions à rechercher quelque moyen de les recruter.

Plus encore que le rôle peut-être, le recrutement des attachés commerciaux a été, est encore discuté.

C'est ce dont on se rendra compte si l'on parcourt l'historique qui va suivre et dont nous chercherons à dégager une leçon.

#### § 1. — Historique.

Il y a longtemps que des précurseurs ont surgi pour démontrer que les consuls ne peuvent être tout ce qu'on voudrait qu'ils fussent, et que, par conséquence il fallait envisager la création d'un *organe nouveau*. Cette avant-garde, arrivée en nombre dans une commission extraparlamentaire de 1883 (1), avait réussi l'année suivante à faire adopter sa manière de voir par cette com-

(1) Le décret de constitution est du 28 avril.

mission. Le rapport, en effet, s'exprimait en ces termes :

« Il est dans toute branche de l'activité humaine des conceptions générales, des observations qui ne peuvent être faites que de haut, à l'aide de la réunion et de la centralisation de toutes les données qui se trouvent éparses dans la réalité des faits.

Certainement il sera toujours difficile à un consul, même à un consul général, absorbé par le travail incessant de son poste, de s'élever à la synthèse de tout le mouvement économique d'une grande région. Des gouvernements étrangers, notamment le gouvernement anglais, frappés de considérations de cet ordre ont, depuis quelque temps, envoyé dans les capitales, près des ambassades ou des légations, des personnages importants, hommes d'autorité et d'expérience, chargés uniquement de la réunion des documents et de la surveillance attentive des mouvements généraux de commerce dans les pays où ils se trouvent accrédités.

Ces agents, d'ailleurs, loin de s'immobiliser dans un poste, circulent dans les provinces, se rendent dans les grands centres de production, interrogent, se renseignent et comparent.

Leurs gouvernements ont ainsi, en dehors des rapports des consuls, un élément d'information d'ordre plus élevé dont ils profitent, dont ils font profiter le public intéressé. Même, dans certaines circonstances ; notamment dans la discussion des traités de commerce, ces agents ont apporté aux négociateurs l'appoint de leur expérience et la

connaissance très intime qu'ils ont pu acquérir des intérêts économiques des nations qu'ils avaient étudiées. Cette expérience a paru convaincante à la commission. Elle ose donc réclamer la création d'un ou plusieurs attachés commerciaux, d'abord envoyés dans les régions où nous avons les relations d'échange les plus importantes, ou encore dans les régions qu'il y aurait avantage à ouvrir à notre commerce.

Dans la pensée de la commission ces attachés commerciaux seraient adjoints à une ambassade dans une situation quelque peu extérieure et par un certain côté analogue à celle de nos attachés militaires ou navals. »

Cette manière de voir trouvait un appui généreux au Parlement. Un député, M. Jouglez soutenait une thèse très voisine de la nôtre : « Je voudrais, s'écriait-il, qu'on adjoignît à nos consuls ce que j'appellerais les... attachés pris... parmi les lauréats des écoles de commerce. Je donnerais à ces jeunes gens la mission spéciale et quotidienne de s'occuper de la partie commerciale du consulat... Je voudrais les voir correspondre avec les maisons de commerce, signaler à l'attention des intéressés les produits les plus propres à être exportés dans les pays où ils se trouvent. En un mot, j'en ferais presque des voyageurs de commerce qui représenteraient la collectivité de notre commerce d'exportation... »

Suivaient un bon nombre de considérations de nature à démontrer que M. Jouglez lui-même n'avait pas une

vue absolument nette des services variés que l'on pourrait attendre de l'institution nouvelle.

En sorte que le gouvernement ne jugea pas que le moment fût venu de prendre une initiative en ce sens.

Mais en 1890, M. Ribot arrivait au pouvoir. Il remit la question à l'étude. Une mission envoyée par lui en Allemagne déposa un rapport qui concluait en ces termes :

« L'attaché commercial, présenté par le ministre du commerce, serait agréé et accrédité par le ministre des affaires étrangères. Il aurait pour mission d'inciter nos industriels et nos commerçants et même nos agriculteurs à aller présenter nos produits sur les marchés étrangers. Il faciliterait la tâche des négociants et voyageurs, en leur procurant à l'avance ou sur place les renseignements nécessaires. Il signalerait aux maisons françaises les contrefaçons ou imitations dont elles peuvent être victimes à l'étranger. Il les engagerait à envoyer aux époques favorables des tarifs, catalogues, etc. Il signalerait aux usines ou aux sociétés aptes à soumissionner les fournitures de machines, d'outillage, de matériel de guerre ou de navigation, etc., mises au concours ou en adjudication par les Etats ou les municipalités de leur ressort. »

Au début, il y aurait deux ou quatre attachés. Ils feraient sur place la vérification des renseignements industriels et commerciaux fournis par les consuls ou agents consulaires et, d'une manière officieuse, veilleraient au

recouvrement ou à la sauvegarde des créances reconnues ou litigieuses de nos nationaux. »

Il est curieux de constater qu'en 1890 on avait dans les sphères officielles françaises, une notion moins nette qu'en 1883 de la mission qu'il y aurait lieu de confier à un attaché commercial. On complique en effet cette notion d'un rôle de vérificateur des consuls, et même de celui d'un avocat-conseil. Il semble que le ministère lui-même ait à cette époque admis comme une vérité l'affirmation, si souvent contredite, de l'insuffisance de culture juridique et économique des consuls.

Nous voici au début de 1894. Des journaux spéciaux : le *Travail national*, l'*Exportation française*, le *Mémorial diplomatique*, le *Bulletin consulaire français* reprennent la question. On ne manque pas de déplorer (1) qu'« auprès de l'ambassadeur, avant tout agent politique, ne se trouve pas un agent spécialement chargé des questions commerciales ; c'est le cas, entre autres, de Vienne, de Madrid, de Lisbonne, de Bruxelles », et l'on exprime le souhait : « que des attachés ou agents spéciaux soient institués auprès des agents diplomatiques et auprès des principaux consulats, notamment dans les pays d'outre-mer, avec mission d'étudier tout ce qui se rattache au commerce, à l'agriculture et à l'industrie ».

Ce vœu de l'« Association de l'industrie et de l'agri-

(1) *Travail national*, 1894, p. 181, 1<sup>re</sup> colonne.

culture françaises » dénote chez ceux qui l'ont émis le sentiment assez juste en somme de l'insuffisance de notre représentation commerciale à l'étranger, mais ils semblent avoir si peu de confiance dans le sort qui sera fait à leur vœu qu'ils négligent de préciser les attributions des agents spéciaux dont ils réclament la création.

A la vérité, on tâtonne.

Un collaborateur de l'*Exportation française* expose à ses lecteurs que « l'état de stagnation ou de crise est devenu normal » et que chercher un remède est pure vanité. « *A priori*, il est permis d'affirmer que le meilleur consul du monde, fût-il anglais ou allemand, sera toujours pris en flagrant délit d'incompétence commerciale ou industrielle... et pour cause... Pour suppléer à l'insuffisance fatale des consuls, on a imaginé de leur adjoindre des attachés commerciaux, comme des attachés militaires sont adjoints aux ambassades. L'idée est ingénieuse. Elle a été saisie avec un véritable engouement. Cet engouement a été si vif, que la commission du budget a été saisie d'une demande de crédits dans ce but. Mais le bon sens des commissaires a fait justice de cette proposition (1). »

Il semble plutôt que l'auteur de l'article cité ne comprenait rien à la question.

La chambre de commerce de Rouen pensait, au contraire « que la création dans les principales ambassades

(1) *L'Exportation française*, 1894, p. 663-664. Article anonyme.

d'un attaché commercial présenterait de grands avantages. Ces attachés, relevant du ministère du commerce, seraient chargés de donner l'impulsion aux consuls et même de les surveiller au point de vue de leurs travaux commerciaux et de leurs rapports avec les négociants français. Sans avoir une autorité directe sur le personnel consulaire, ils serviraient à renseigner le ministre du commerce sur les aptitudes et les mérites de chacun, tout en s'occupant eux-mêmes à étudier les grandes questions commerciales ».

La Compagnie de Rouen est donc nettement favorable à la création d'attachés commerciaux d'ambassade, mais elle entend donner à ces agents le seul rôle d'inspecteur des consuls : c'est un retour aux conceptions de 1890.

M. Doumer a eu l'idée pleine d'intérêt de consulter les exportateurs et le monde commercial sur les réformes à apporter à l'institution consulaire. Les réponses ont été publiées, pour la plus grande partie, au rapport du budget des Affaires étrangères de 1895. Elles sont suggestives. Plusieurs chambres de commerce s'abstiennent, à l'instar de celle de Rouen, de discuter la question sur son véritable terrain. On constate l'insuffisance de la qualité des consuls, on s'en plaint sans amertume, et pour conclure on admet assez généralement que, tout bien pesé, les chambres de commerce française à l'étranger répondent à tous les besoins dans les centres où elles existent, et qu'il convient de les multiplier.

La plupart des chambres ne prennent pas la peine de

voiler leur ignorance. D'autres, au contraire (Calais, Dijon), donnent des arguments.

Calais : « On a préconisé depuis quelque temps la création d'attachés commerciaux près des consulats. Ces nouveaux fonctionnaires seraient chargés de renseigner le commerce et de lui donner toutes les informations dont il peut avoir besoin...

« Cette réforme semble inutile, en ce sens qu'elle ferait double emploi avec l'organisation actuelle et perpétuerait les errements dont le commerce se plaint si vivement. M. le président estime que les chambres de commerce françaises à l'étranger sont particulièrement aptes à remplir ces fonctions. Il serait bien préférable que les ressources destinées à rétribuer les attachés commerciaux fussent allouées, à titre de subvention, à ces Compagnies pour en favoriser le développement ou aider à leur institution partout où besoin s'en ferait sentir. Dans ce cas, il y aurait lieu de chercher à perfectionner leur organisation, de façon à ce qu'elles soient à même de rendre à la métropole les services qu'en compensation le commerce serait en droit d'exiger d'elles. »

Dijon : « Depuis quelques années on préconise la création d'attachés commerciaux près de nos consuls. Ces nouveaux fonctionnaires passeraient préalablement par une école de hautes études commerciales dont le programme comprend l'enseignement de la géographie commerciale, etc.

« Connaissant les mœurs et la langue du pays auquel ils

seraient attachés, ils pourraient, dit-on, se mettre directement en rapport avec la population pratiquant le négoce, courir les fabriques, les marchés, les réunions mercantiles de toutes sortes ; se rendre compte de la production, des besoins, des usages, des conditions de vente et d'achat, des moyens de transport, etc., et renseigner leurs compatriotes.

« En théorie ce projet est séduisant. Que rendrait-il à la pratique ? Où ces attachés auront-ils pris la pratique des affaires ?... Nous ne pensons pas qu'il faille pousser le gouvernement à entrer dans cette voie, car nous sommes persuadés qu'il possède actuellement tous les éléments nécessaires pour améliorer le service des consulats.

« Ainsi nous préférierions voir employer l'argent que coûterait l'organisation des agents commerciaux que nous croyons inutiles, à la création de nouvelles chambres de commerce françaises à l'étranger et à subventionner celles déjà créées, de façon à leur permettre de vivre décemment et à développer leur activité et leur dévouement. »

Nous comprenons à merveille cette sympathie fort justifiée pour les chambres de commerce françaises à l'étranger, mais pourquoi cette timidité à envisager autre chose qu'un remaniement des institutions présentes, pourquoi ce recul devant l'effort créateur ? Que dans l'état actuel de notre commerce d'exportation, nos négociants se contentent des relations qu'ils ont acquises et gardées, nous le comprenons ; cependant, le but qu'il

faut atteindre n'est pas seulement le maintien, mais le développement de notre commerce d'exportation ; nous voudrions que les petits producteurs, ceux qui n'ont pas, qui ne peuvent avoir de représentants ni d'informateurs à l'étranger, puissent néanmoins exporter ou au moins se renseigner sans avoir à s'en rapporter à la bonne volonté de personnalités, fort honorables presque toujours, dévouées à l'intérêt public, on ne peut le contester, mais incapables tout de même de favoriser un concurrent possible.

Nos chambres de commerce françaises n'envisageaient pas cette objection, et en cela peut-être elles témoignent précisément qu'elles se soucient un peu moins de l'intérêt de tous que de l'intérêt de leur groupe.

C'est la meilleure justification que l'on puisse donner du projet de loi qui étend l'électorat des chambres de commerce.

Empressons-nous d'ajouter qu'il s'est trouvé quatre chambres pour exprimer et avec clarté leur désir de voir créer des attachés commerciaux non plus avec la mission illusoire d'inspecter les consuls, mais avec le devoir très précis d'étudier les grandes questions commerciales. Voici les textes :

1<sup>o</sup> Chambre d'Armentières : « Il suffit de se rendre compte du fonctionnement des consulats dans les pays voisins où nous trouvons nos concurrents les plus redoutables à l'exportation, la Belgique et l'Allemagne par exemple, et on verra facilement qu'il reste beaucoup à

faire. Loin de nous la pensée de méconnaître le mérite incontestable de notre corps consulaire, auquel nous rendons entièrement justice ; mais, au point de vue commercial, il ne peut rendre le plus souvent que peu de services, pour des causes diverses que nous allons rappeler ; etc.

« Dans ces conditions, nous estimons que la création d'attachés commerciaux serait certainement très utile. Ces attachés commerciaux seraient nommés auprès de nos représentants diplomatiques et de nos principaux consuls. Ils pourraient être choisis parmi les anciens commerçants français établis dans le pays, ou parmi les élèves diplômés de nos écoles supérieures de commerce qui auraient effectué un stage dans ces pays et en connaîtraient la langue.

« Ces attachés commerciaux seraient autorisés à correspondre directement avec le ministre du commerce, les chambres de commerce, les chambres consultatives et même avec les particuliers... Ils auraient pour mission de renseigner l'industrie française sur la consommation des pays étrangers, les conditions dans lesquelles s'exerce le commerce, au point de vue de la nature des marchandises, de leur prix, du mode usuel de paiement, des transports, etc., devraient en un mot, en toute circonstance, faciliter dans toute la mesure possible l'établissement et le maintien des relations avec l'industrie et le commerce de la métropole. »

2<sup>o</sup> Chambre de Marseille :

« L'institution de représentants commerciaux auprès de nos ambassadeurs serait de nature à présenter des avantages sérieux à notre commerce. Le recrutement de ces nouveaux agents pourrait être fait parmi les hommes spéciaux préparés de longue main, par leurs études, à la connaissance des questions économiques et commerciales.

« Nous avons aujourd'hui, dans nos écoles supérieures de commerce, une pépinière de jeunes gens qui pourraient être dirigés vers cette carrière où ils seraient appelés à rendre de réels services à notre pays...

« Nous croyons donc que l'institution de ces agents commerciaux serait accueillie avec la plus grande faveur par notre monde commercial et industriel... »

### 3<sup>e</sup> Chambre de Limoges :

« ... L'idée d'un attaché commercial est excellente ; depuis longtemps nous avons dans nos ambassades principales un attaché militaire. S'il est utile, combien serait aussi utile un attaché commercial, mais alors un véritable industriel placé auprès de l'ambassadeur, centralisant les renseignements commerciaux des consuls, qu'il provoquerait, les transmettant d'office à la chambre de commerce dont la circonscription serait intéressée par sa ou ses industries principales. A cet effet, les chambres lui adresseraient la liste de leurs diverses industries.

« Si les consuls avaient, auprès de l'ambassadeur, un attaché commercial qui recueillerait les doléances de nos

nationaux lorsqu'ils ne trouveraient pas la complaisance, les renseignements demandés, l'appui nécessaire, — nos malheureux représentants, si désorientés, perdus au milieu d'une ville où les renseignements leur seront très difficiles, souvent ne pratiquant pas la langue, seraient bien plus encouragés à tenter des démarches et bien facilités à les faire aboutir, et alors ne laisseraient pas des affaires aux Allemands, surtout, qui trouvent dans leurs conseils de véritables et puissants auxiliaires...

« Dans les conditions actuelles nous manquons de renseignements, d'aide, de secours, et les affaires à l'étranger deviennent de plus en plus scabreuses, tandis qu'elles sont facilitées et assurées par l'organisation et la bonne volonté des consulats étrangers, organisation qu'il serait certainement utile d'étudier sérieusement et d'imiter. »

4° Chambre de Lille :

« Des attachés commerciaux pourraient rendre de grands services au commerce d'exportation français, tant que le personnel consulaire n'aura pas été modifié, car actuellement beaucoup de nos consuls n'ont pas les aptitudes commerciales nécessaires. Nous ajouterons même que, dans tous les cas, surtout si l'on étend la circonscription des postes, comme nous l'avons demandé, en payant davantage les titulaires, il sera bon de laisser aux consuls plus spécialement les fonctions administratives, et de mettre près d'eux des attachés commerciaux destinés à faciliter l'exportation française. Les lau-

réats de nos écoles de commerce après un stage dans l'un ou l'autre de nos centres de production pourraient fournir d'excellents attachés.

« Certaines chambres de commerce françaises à l'étranger se montrent peu favorables à l'organisation des attachés commerciaux. Elles prétendent même que, dans les villes où se trouve une chambre de commerce française, le rôle commercial du consul doit complètement cesser. Nous sommes loin de partager cet avis. Il est bien certain que, si elles le voulaient, elles pourraient très utilement compléter l'éducation commerciale des futurs attachés ; mais il ne faut pas perdre de vue que bien souvent elles ne favorisent pas l'exportation française, la nature même des opérations que font les membres qui les composent y met obstacle. Nous avons vu au Musée commercial de Lille, nombre de consuls nous mettre en rapport, pour avoir des collections, avec la chambre de commerce française de leur localité ; rarement nous avons eu quelque chose d'intéressant par cet intermédiaire. Nous ne trouvons pas que les chambres de commerce françaises à l'étranger aient bien compris leur rôle, en général ; si l'on a conçu de grandes espérances sur ces chambres, et il faut avouer qu'en théorie c'était bien naturel, nous devons reconnaître qu'au point de vue pratique, la plus grande indifférence les entoure généralement, et nous croyons que la plupart du temps, des attachés commerciaux rendraient plus de services. »

Il est remarquable que si quatre chambres ont accueilli

l'idée nouvelle en faveur, aucune cependant ne met en relief ce fait que l'attaché commercial aura à la fois plus de compétence qu'un consul, plus de désintéressement qu'un négociant et plus de mobilité que tous les deux ensemble.

Tandis que M. Doumer tâchait de mener à bien son enquête, *l'Exportation française* continuait sa campagne :

« Autant l'opinion publique s'est enthousiasmée sans raisons convaincantes en faveur de l'institution difficile à fonder et en tous cas anodine, des attachés commerciaux, autant l'opinion réfléchie des personnes expérimentées y est hostile... Les chambres de commerce de Constantinople et de Milan, qui comptent parmi les plus renommées de ces Compagnies, ont nettement pris position contre ce système. Enfin, phénomènes plus curieux, M. G. C..., qui se fit jadis l'apôtre de cette institution spéciale, l'abandonne aujourd'hui avec désinvolture. »

On ne nous dit pas pour quel motif. C'est dommage. Peut-être n'y eut-il au fond de cette discussion qu'une querelle de mots, car il semble bien que la mission qu'on voulait donner aux inspecteurs commerciaux soit très précisément celle qui sera remplie treize ans plus tard par MM. Périer et Velten, *attachés*.

Par voie d'amendement au budget de 1895, MM. Prudent-Dervillers et Lavy proposèrent à la Chambre de

prendre l'initiative d'instituer des attachés commerciaux. Ils en désiraient quatre : deux en Allemagne, un en Angleterre et un en Autriche : ensemble une indemnité de 50.000 francs.

Ils appuyaient leur proposition sur une note que voici :

« L'attaché commercial serait présenté par le ministre du commerce, mais agréé et accrédité par le ministre des affaires étrangères. — Il aurait pour mission d'inciter nos industriels et nos commerçants, et même nos agriculteurs, à aller présenter nos produits sur les marchés étrangers ; il faciliterait la tâche des négociants et voyageurs, en leur procurant, à l'avance ou sur place, les renseignements nécessaires ; il signalerait aux maisons françaises les contrefaçons ou imitations dont elles peuvent être victimes à l'étranger. Il engagerait à envoyer, aux époques favorables, des tarifs, catalogues, etc., rédigés en langue du pays où on les devrait expédier. Il signalerait aux usines ou aux sociétés aptes à soumissionner les fournitures de machines, d'outillage, de matériel de guerre ou de navigation mises au concours ou en adjudication par les Etats ou les municipalités de leur ressort... Il ferait sur place la vérification des renseignements industriels et commerciaux fournis par les consuls ou agents consulaires et, d'une manière officieuse, veillerait au recouvrement ou à la sauvegarde des créances reconnues ou litigieuses de nos nationaux.

Quand, à quatorze années de distance, on parcourt cette note, on constate que ses auteurs avaient le sentiment,

mais non pas une idée claire des besoins nouveaux du commerce d'exportation.

Le ministre exposa qu'il n'acceptait pas l'amendement. Parmi les motifs invoqués, retenons celui-ci : quelques consuls venaient d'accepter à titre d'essai de remplir une partie du rôle que l'on entendait, à cette époque, attribuer aux attachés commerciaux. Cette affirmation se trouvait appuyée par une note dont voici quelques extraits (1).

« Le désir a été exprimé à plusieurs reprises par les chambres de commerce et les organes spéciaux de publicité que des facilités plus grandes fussent données, par l'intermédiaire du corps consulaire, à notre commerce d'exportation, pour la connaissance des marchés étrangers, afin de lui permettre d'adapter ses opérations aux besoins, aux coutumes, aux ressources des consommateurs éloignés qu'il doit satisfaire.

« La correspondance de nos postes consulaires fournit, quoi qu'on en ait dit, un précieux contingent d'informations à cet égard ; mais celles-ci sont condamnées à rester un peu théoriques, tant que les intéressés par des questions précises, par des demandes détaillées, n'ont pas guidé les études de nos agents vers les points spéciaux qui les concernent.

« En vue de faciliter ces communications si nécessaires et convaincu qu'un quart d'heure de conversation peut

(1) Note du 26 octobre 1894, reproduite au rapport Doumer pour 1895, p. 259 et suiv.

suffire à dissiper bien des illusions et bien des malentendus, et à donner aux recherches l'orientation pratique que des correspondances multipliées sont parfois impuissantes à leur assurer, le ministre des affaires étrangères a récemment inauguré un système nouveau de consultations. Ceux de nos agents qui se trouvaient momentanément en France, ont été invités à se mettre en relations avec nos producteurs et nos négociants, et l'heure et le lieu de ces audiences ont été portés à la connaissance des intéressés par toutes les voies de publicité.

« Trois de nos consuls, M. Wiener, chargé d'affaires à La Paz, Bruwaert, consul général à Chicago ; de Lacreteille, consul à Alexandrie, ont jusqu'ici tenu de ces sortes d'assises. Ils ont été très frappés de l'empressement du public spécial à leur rendre visite, non dans un sentiment de vaine curiosité, mais avec le désir de tirer de ces entretiens des résultats utiles ; il leur est apparu qu'un mouvement très sérieux se manifestait, en vue de l'extension de nos débouchés, dans toutes les branches de notre commerce, et que celui-ci s'en remettait avec confiance à nos agents du soin de diriger pour le mieux ses efforts. De leur côté les intéressés paraissent avoir rendu pleine justice à la compétence, à l'esprit pratique et à l'empressement de nos consuls.

« Dans le but de rapprocher encore davantage le service d'informations ainsi créé des centres d'industrie et de commerce qui en pouvaient le mieux profiter, nos agents ont été invités à se rendre dans les principaux d'entre

eux et à s'y mettre en rapports avec les intéressés, en recourant à l'intermédiaire des chambres de commerce et aux bons offices de l'administration préfectorale. C'est ainsi qu'avant son départ pour l'Egypte, M. de Lacrosette, qui n'avait pas reçu à Paris, en une seule séance, moins de dix-neuf commerçants et industriels, a donné audience à Marseille aux représentants des branches de production désireux de développer leurs affaires avec le pays de sa résidence.

M. Wiener, après avoir reçu à Paris, au cours de ses trois audiences, soixante-quinze visiteurs, s'est rendu à Lille et y a, devant une assistance très nombreuse, traité à plusieurs reprises la question de nos relations commerciales avec la Bolivie. Il a également conféré individuellement avec les industriels et négociants qui avaient besoin de renseignements particuliers, et il s'est entendu avec le musée commercial de Lille à l'effet de lui fournir les échantillons et les indications qui lui sont utiles.

La chambre de commerce s'est plu à témoigner du succès de cette conférence et de ces entretiens et, frappée de leur utilité, elle a demandé que d'autres agents soient envoyés à Lille par le Département pour y remplir la même mission. M. Wiener est attendu la semaine prochaine à Nancy où la chambre de commerce a manifesté le vœu de le voir s'arrêter ; il se rendra aussi à Bordeaux.

M. Bruwaert, qui a tenu au ministère des affaires étrangères trois audiences très suivies, doit, au retour

d'une absence de service, se rendre successivement à Lille, Nantes, Bordeaux, Lyon, Grenoble et Marseille. Plusieurs de ces visites ont été provoquées par les chambres de commerce, au nom de la généralité de leurs ressortisseurs, désireux de s'informer à la source la plus autorisée des facilités nouvelles qu'ouvre à leur industrie le remaniement du tarif douanier des Etats-Unis.

L'expérience, ainsi inaugurée, on peut le dire, avec la pleine approbation des divers organes de l'opinion, n'est encore qu'à ses débuts.

« Le ministre des affaires étrangères se propose d'utiliser de la même manière, au fur et à mesure de leur arrivée en France, le concours de tous ceux de nos consuls dont les postes offrent un intérêt au point de vue de notre expansion commerciale. Nos agents ne manqueront pas de se prêter de la meilleure grâce du monde à ce nouvel emploi de leur activité, dùt-il leur coûter quelques jours de repos ou de congé, dans l'espoir de voir mieux apprécier dorénavant et mettre plus efficacement à profit le zèle et les connaissances qu'ils déploient au service de leurs fonctions. »

De fait, l'exemple de MM. Wiener, de Lacretelle, Bruwaert a été suivi, et l'on peut dire que ces consultations accordées par des agents zélés ont contribué dans une mesure convenable au maintien, voire même au développement de notre commerce :

a) Dans les pays à relations rudimentaires, comme la Bolivie.

b) Dans les pays petits et bien pourvus de moyens de communication, et dans lesquels par conséquent il est permis à un consul d'entreprendre des voyages d'étude d'une durée très courte : ainsi les circonscriptions consulaires de Francfort, de Nuremberg, de Stuttgart (1).

Dans l'un et l'autre de ces deux cas, l'attaché commercial serait un organe superflu.

Mais voici (3<sup>e</sup> hypothèse-type) la circonscription consulaire de Saint-Petersbourg. Elle est d'une étendue très considérable, nos nationaux y sont en nombre et ses immenses possibilités commerciales sont encore dans un état embryonnaire ; n'y a-t-il pas lieu d'envoyer dans cette circonscription un économiste-voyageur, avec la mission d'étudier les moyens de tirer parti des richesses latentes et de dissiper quelques préjugés en vogue ? Dès 1896, un agent diplomatique, M. Verstraete, se faisait un raisonnement de ce genre. Et l'année suivante, l'année de l'alliance, il sollicita et obtint la mission de se rendre dans la Russie du Nord comme consul sans résidence fixe, c'est-à-dire, en d'autres termes, comme attaché commercial de consulat. Il fit des études sur la situation industrielle du pays et conclut que, avant toute chose, les Français devaient fonder à Pétersbourg une banque de premier ordre avec tous les services de renseigne-

(1) Il est d'ailleurs question de supprimer le consulat de Francfort, comme, il y a quelques semaines, on a supprimé celui de Stuttgart et de les remplacer par de simples vice-consulats. Si ce projet est adopté il deviendra utile de créer un emploi de consul voyageur pour la région Francfort-Stuttgart.

ments que comporte un semblable organisme. Les fonds nécessaires ont été recueillis, et la banque existe sous le nom de Banque du Nord ; M. Verstraete en est le directeur, après avoir, bien entendu, quitté la carrière. Il se met le plus gracieusement du monde à la disposition des Français de passage à Pétersbourg, et nul mieux que lui, tant par son intelligence que par ses fonctions et ses relations, n'est à même de rendre service à un « businessman ».

## § 2. — Recrutement.

Cet historique et l'exemple qui le termine comportent un enseignement. Et c'est à savoir qu'un homme d'initiative, s'il est jeune, polyglotte, économiste, amateur de voyages et pourvu de relations, *peut, dans certaines circonstances*, contribuer d'une manière directement efficace au développement de notre commerce.

Donc il est parfois bon et nécessaire d'envoyer dans nos circonscriptions de consulat ou d'ambassade des spécialistes chargés, dans une région ou un pays déterminé, d'une mission définie.

La mission doit être définie, car les programmes trop étendus sont vagues, et le vague jamais ne vaut rien.

Est-ce à dire que les spécialistes à nommer comme attachés commerciaux doivent être choisis parmi les industriels et les commerçants ? Il faut le reconnaître, cette idée, au premier abord, peut séduire. Elle a été exprimée

avec beaucoup de force par M. Dominique Delahaye (consulter le *Journal officiel*, Sénat, séance du 10 avril 1908), à telle enseigne que, combattu par deux ministres, mais appuyé par M. Leydet, l'orateur a pu obtenir de la Chambre haute le retrait de l'urgence du projet rapporté à la Chambre par M. Deschanel, au Sénat par M. Charles Dupuy et portant création de six emplois d'attachés commerciaux. Voici un extrait du discours (Cf. *Journal officiel*, p. 628) :

« Messieurs... Vous aurez beau nous faire voter des fonds et décider dans les lois qu'à l'étranger on enverra des Messieurs bien savants, bien instruits dans vos écoles diplomatiques et commerciales, vous n'en ferez jamais des commerçants, vous n'obtiendrez jamais que ces Messieurs puissent avoir des idées pratiques, particulières et générales sur le commerce.

« Pour aller étudier à l'étranger de ville en ville des questions commerciales, il faut d'abord avoir été voyageur de commerce.

« Pour savoir quel genre de développement on peut donner aux affaires, il faut en outre avoir été patron et avoir eu avec l'initiative la responsabilité d'un patron. Sans cela, vous ne ferez jamais rien qui dure, vous ne ferez jamais rien qui s'élève au-dessus du lieu-commun du fonctionnarisme.

M. CHAUTEMPS. — Comme Colbert !

M. DOMINIQUE DELAHAYE. — Oui, comme Colbert. C'est un exemple très bien choisi. Colbert a été employé de

commerce chez son père. Aussi Colbert a-t-il été le ministre le plus grand qu'ait eu notre pays à la tête du commerce et de l'industrie.

« Vous avez classé les commerçants en trois catégories, mais pour les écarter : ceux qui sont en activité, comme trop partiaux ; ceux qui ont dû abandonner le commerce comme à peu près disqualifiés ou jouissant d'une mauvaise note ; enfin, ceux qui sont retirés, comme trop âgés.

« Mais vous n'avez pas songé que, sur le grand nombre des commerçants ou des industriels, il en est qui ont reçu une formation première très soignée, qui sortent par exemple de l'École centrale des arts et manufactures ou qui ont fait leur droit.

« Entrés dans le commerce ou dans l'industrie, ils ont voyagé pour placer leurs produits ; ils ont dirigé leurs ouvriers ou leurs employés ; puis, tout à coup, par suite de circonstances indépendantes de leur volonté, soit décès dans leur famille, soit entraves surgissant par l'entrée en lutte de concurrents plus puissants, ils ont dû abandonner la carrière active. J'en ai connu qui sont devenus avoués ou avocats. Eh bien ces hommes jeunes encore, âgés de trente-cinq à quarante ans, bifurqueraient très volontiers vers une fonction d'attaché commercial.

« Doués de l'esprit d'initiative qui ne s'apprend pas dans les écoles, ayant vu de près l'état de commerçant, ayant produit quelque chose de tangible, ils feraient besogne

active, utile et seraient rapidement des attachés commerciaux fort distingués. Au contraire, vos élèves des écoles commerciales et diplomatiques, lorsqu'ils n'ont pas pris part longtemps à la vie du commerce et de l'industrie, ne sont aux yeux des commerçants que de grands enfants. Ils peuvent bien faire des rapports. Je les connais ces rapports-là, je les ai étudiés naguère, mais souvent ils ne vont pas au fond des choses et les résultats obtenus sont médiocres... Vous savez bien, Messieurs, que je ne suis pas seulement un théoricien en matière commerciale. Lorsqu'on a passé plus de 40 années de sa vie dans le commerce et dans l'industrie, de dix-sept à soixante ans bientôt, on n'est pas un pur théoricien. Il me semble que, dans ces conditions, vous me permettrez de parler sur ce sujet avec conviction et insistance.

« Vous nous demandez six postes d'attachés. C'est bien, mais cela vaudra ce que vaudront les hommes que vous y mettrez (Mouvements divers).

« Renoncez à les prendre dans la carrière diplomatique ou consulaire ou dans vos écoles, sans qu'ils aient fait œuvre utile dans le commerce et comme patrons.

« En France on est habitué à donner des leçons au monde. Donnez une leçon de choses ; faites mieux qu'ailleurs ; partez d'un principe qui s'impose. Ouvrez un concours ; interrogez les chambres de commerce soit sur le choix des candidats, soit sur les conditions de ce concours.

« Parmi les membres de ces Compagnies, il peut s'en

trouver qui, par suite de revers de fortune ou parce que leur industrie s'est transformée ou pour toute autre raison, seraient heureux, ne se livrant plus guère au commerce, de se mettre à votre disposition... Comme vous les prendriez sur le vif, sortant du commerce et de l'industrie, le goût aidant, vous les verriez tout prêts à entrer dans cette nouvelle carrière et à y faire merveille... »

Bref, M. D. Delahaye voudrait que l'on exige du candidat une compétence commerciale doublée d'une compétence économique, et il indique dans quels milieux l'on pourrait trouver ces doubles compétences. Le ministre a répondu, et avec beaucoup de bonheur, que les nouveaux programmes d'entrée dans la carrière comportaient des matières commerciales, industrielles, financières, économiques. C'est un argument excellent et décisif à notre avis. Le ministre a d'ailleurs émis un argument d'un autre ordre, et c'est à savoir : la nécessité « d'élever une véritable barrière contre le favoritisme, d'exiger des garanties telles que ce ne soit pas sur la recommandation de sénateurs, de députés, ou de personnes plus ou moins influentes que soient nommés désormais les attachés commerciaux ».

Et en effet, le système de M. Delahaye suppose chez le ministre une vertu et des lumières peu communes. Comment, en dehors de tout concours, déciderait-on de la supériorité des mérites de tel ancien commerçant sur tel autre ?

Peut-être pourrait-on imaginer un système qui concilierait les deux manières de voir. Ce serait de nommer, à la mode italienne, des attachés « à l'essai » (1) ; cette mission d'essai n'aurait pas une durée supérieure à deux ans. Le choix se ferait au concours. Seraient admis à y prendre part tous consuls, inspecteurs des finances, agrégés des facultés de droit pour les sciences économiques, et anciens commerçants retirés des affaires pour l'une des causes indiquées par M. D. Delahaye. On tiendrait un compte très large des voyages d'étude déjà effectués et de la connaissance des langues étrangères.

Tentons cette expérience. Dans deux années, nous en pourrions connaître les résultats. Il semble qu'on n'ait pas le droit de refuser à de grands industriels comme le sénateur Delahaye ou à des commerçants aussi considérables que le sénateur Leydet, un essai qui, à n'en pas douter, serait bien accueilli dans le monde commercial, le plus intéressé après tout.

Si, comme nous le croyons, la tentative aboutissait à ce résultat que, *dans des conditions semblables*, un attaché commercial de consulat, ancien commerçant, réussissait moins bien qu'un attaché commercial de consulat, issu de la carrière, aucune hésitation ne serait plus permise et l'on pourrait voter le projet actuel du gouvernement.

Le recrutement dans le cadre consulaire et diplomati-

(1) Consulter le décret royal italien du 21 décembre 1905, articles 1 et 2. On trouvera ce décret dans le *Bulletin officiel de l'agriculture, industrie et commerce*, numéro du 29 mars 1906.

que est recommandable surtout en ce qui concerne les attachés commerciaux d'ambassade, puisque ce sont ceux-ci principalement qui auront besoin de connaissances très étendues en législation douanière comparée et en science économique pure. Cette compétence économique générale n'est pas une conséquence de la pratique du commerce ; elle s'acquiert, à notre sens, davantage à l'École libre des sciences politiques et surtout aux cours de doctorat des Facultés de droit.

## CONCLUSION

---

Essayons de résumer avec précision les résultats de cette étude en ce qui concerne la France et l'étranger.

### A. — *L'étranger.*

I. — *L'Allemagne* envoie des missions commerciales affectées à une circonscription consulaire. Le « Missus » n'est pas nécessairement choisi au cadre consulaire. Il est une sorte de consul debout. Il voyage ; il recherche les personnes compétentes ; il entretient avec elles des relations suivies. Il est ce que j'appelle un attaché commercial de consulat.

Accessoirement, l'Allemagne entretient auprès des consulats de quelques capitales un ou plusieurs délégués techniques, le plus souvent spécialistes des questions agricoles et chargés non pas de voyager ni d'entretenir des relations, mais d'étudier la législation industrielle et l'économie rurale, et de mettre ses connaissances à la disposition du chef de légation ou d'ambassade et de l'Office Impérial pour l'agriculture.

II. — *La Russie* se trouve encore dans une période fort peu avancée de son évolution économique. Ses exportateurs n'ont pas encore besoin d'être aidés autre-

ment que par les chambres de commerce à l'étranger. Cependant il y a dans quelques capitales des agents commerciaux, mais qui, en fait, sont presque exclusivement des hommes d'étude, des conseillers directs du ministre des finances. Ils doivent en outre fournir au nouveau (1) ministère du commerce et de l'industrie tous les renseignements se rapportant à la législation (2) et aux faits économiques importants.

III. — Jusqu'en ces dernières années, la *Grande-Bretagne* eut comme la Russie des correspondants choisis parmi les économistes les plus renommés. Elle les payait très cher et se bornait à leur demander des « consultations ». Ce système simpliste convient à la Russie ; il ne pouvait satisfaire les exigences de l'exportation britannique si diverse et si complexe.

Aussi l'Angleterre a-t-elle renoncé à cette conception. Elle a rappelé à Londres tous ses attachés commerciaux ; un seul excepté. C'est dans la capitale que désormais ils auront leur plus habituelle résidence. On espère trouver en eux des lecteurs intelligents des publications économiques et financières publiées à l'étranger (journaux spéciaux, revues, rapports consulaires). Autant que les anciens attachés commerciaux ils pourront renseigner le gouvernement sur les faits généraux vus d'un angle

(1) La création est de 1905.

(2) Cette obligation résulte d'une circulaire du ministère des affaires étrangères, 1906.

général. Et l'on ne renonce pas cependant à confier éventuellement une mission à un jeune homme ayant des connaissances techniques précises.

Ainsi la Grande-Bretagne possède un certain nombre de diplomates spécialisés dans les questions *économiques*; ils sont en quelque sorte conseillers de gouvernement, ils servent aussi à l'occasion d'intermédiaires et d'enquêteurs, mais voyant toutes choses de haut : on ne peut sans abus les considérer comme attachés *commerciaux*.

Récemment il a été question d'adopter la conception allemande si pratique des attachés commerciaux de consulat. Mais il est peu probable que les associations de commerce britanniques voient avec faveur cette augmentation du nombre des fonctionnaires de la couronne.

IV. — En France, au contraire, on a trop volontiers et trop vite créé des postes nouveaux et dont la nécessité est parfois contestable.

Pour sa part, M. Périer a fait triompher la conception allemande qu'il a d'ailleurs perfectionnée (1). Par malheur on a quitté cette voie qui était la bonne. On a étendu outre mesure le champ d'activité de notre second attaché, M. Velten (1906), et ainsi la conception allemande a été faussée, dénaturée.

L'erreur de 1906 a été renouvelée en mars-décembre 1908.

(1) Cf. chapitre VI.

B. -- *La France.*

*Thèse générale.* — a) « L'attaché commercial » (commerce, agriculture, industrie, banque) est une institution qui, sous des formes et dans des conditions assez diverses, a fait ses preuves à l'étranger. Ces efforts n'ont jamais été sérieusement étudiés et l'on peut dire que M. J. Périer n'est pas l'auteur d'une adaptation, mais d'une création renouvelée et originale.

b) L'attaché commercial sera, une fois pour toutes, affecté à un pays ou groupe de pays déterminé. Le choix de ce pays aura pour base les connaissances linguistiques et les relations actuelles du candidat. L'élu aura pour centre d'action une circonscription de consulat.

c) L'attaché commercial qui aura rendu des services appréciés pourra recevoir une mission plus étendue et mieux rémunérée. Au cas de nouveau succès, l'attaché commercial *pourra* être appelé auprès du chef de la légation ou de l'ambassade pour y servir en qualité de conseiller commercial (attaché commercial d'ambassade ou de légation). Il sera le chef hiérarchique des attachés commerciaux de consulat du ressort de l'ambassade ou de la légation à laquelle il sera affecté.

d) L'attaché commercial de consulat (ou consul voyageur) est indispensable à toutes les circonscriptions consulaires dont le titulaire est absorbé par les soucis politiques ou la besogne administrative. Encore faut-il que dans ces circonscriptions il y ait au moins un com-

**m**encement de lutte internationale pour le placement des produits fabriqués ou des produits agricoles.

Les circonscriptions à pourvoir sans délai sont celles où les possibilités commerciales étant *très* grandes, notre commerce est resté *très* au-dessous de ce qu'il devrait être : Pétersbourg, Moscou, Revel, Melbourne, Volo, Bucarest, Constantinople...

e) La nomination de plusieurs attachés commerciaux d'ambassade ou de légation dans l'hiver 1908-1909, était *prématurée*. Leur utilité n'apparaît comme certaine que dans un très petit nombre de capitales : celles-là précisément où l'intérêt politique est suffisamment distinct de l'intérêt commercial et le domine de telle sorte qu'on ne puisse choisir le chef de la légation ou de l'ambassade parmi les membres de la carrière particulièrement compétents en matière commerciale. Et parmi ces capitales, Pétersbourg, Berlin, Constantinople, l'une, Pétersbourg, doit attirer plus particulièrement l'attention parce qu'elle est assise non pas au centre, mais à une extrémité d'un Empire aux espaces immenses, aux communications difficiles et que, par conséquent, l'ambassadeur ne doit pas pouvoir compter réunir bien vite les rapports de ses attachés commerciaux de consulat, lesquels doivent être beaucoup plus nombreux que dans n'importe quelle autre contrée, sans excepter l'Empire ottoman, parce qu'ici du moins notre langue, nos procédés, nos produits sont déjà très répandus.

f) Un bureau de lecteurs de publications spéciales vient

d'être créé à Londres par les Anglais. Il pourra rendre des services. Mais c'est un vain espoir que de compter sur ces lecteurs — alors même que jadis ils auraient été envoyés en mission — pour donner *rapidement* au commerce, à l'industrie, à l'agriculture, à la banque et aux gouvernements des renseignements immédiats, précis, désintéressés, actuels. Ainsi l'utilité de l'attaché commercial ou consul voyageur subsiste sinon pour les Anglais qui dédaignent l'aide officielle, du moins pour les Français, moins amis du self-help. Et cette utilité ne disparaîtra que le jour où nos consuls auront des facilités de communication, des loisirs, la connaissance des langues et de l'économie politique et enfin, en quelque mesure, le sens du commerce.

Nous ne pouvons dès demain compter sur ces progrès.

*Recrutement.* — Il est faux de dire que la pratique prépare à la capacité ; en fait, la pratique assujettit, accapare celui qui s'y abandonne ; elle le domine alors qu'il devrait la dominer toujours ; les attachés commerciaux seront en conséquence recrutés non parmi les marchands, mais parmi les économistes (et, à mérite égal, parmi les économistes du cadre consulaire ou diplomatique). On admettra cependant à l'essai, et conformément aux heureux exemples du Canada et de l'Italie, que des hommes de la pratique soient admis, dans le cadre des attachés commerciaux de consulat, à témoigner de leur savoir faire, et de leur aptitude à développer l'exportation.

*Rôle.* — Les *attachés de consular* font œuvre d'analyse. a) Ils observent les procédés des concurrents victorieux sur le ou sur les marchés qu'ils sont chargés d'étudier. Ils étudient tour à tour chaque branche de celles des importations étrangères qu'il s'agit de refouler ; ils rédigent des monographies. Ils viennent en leur pays, ils visitent les centres de production tant industriels qu'agricoles ; ils se mettent à la disposition de tous et spécialement des sociétés, syndicats ou coopératives de producteurs. Ils les mettent en rapport avec des représentants honorables, étudient pour eux les tarifs de transports, et de retour dans leur circonscription consulaire entreprennent les enquêtes qu'ils jugent utiles, entretiennent une correspondance illimitée.

Ils peuvent, ils doivent dans des rapports d'ensemble suggérer des conseils à nos représentants de commerce, et mettre à leur disposition leur grande expérience de voyageurs et d'enquêteurs. Ils doivent aussi indiquer au « bureau des lectures économiques » de la capitale (ce bureau se trouve en France au ministère du commerce, direction des affaires industrielles et commerciales) quels sont les graphiques qu'il conviendrait de dresser pour être insérés dans les rapports d'ensemble. Ces graphiques parleraient éloquemment à la masse des commerçants, mal outillés pour les recherches statistiques.

Plus utiles encore, plus vivants, plus originaux seraient des tableaux comparatifs représentant avec figures et chiffres l'importation totale d'un produit déterminé dans

un pays également déterminé, et, tout à côté et par contraste, le montant et la figure réduite représentative de l'importation du même produit dans le même pays par les commerçants de France. Graphiques et tableaux s'appliqueraient à ceux des produits qui sont insuffisamment répandus sur le ou les marchés de la circonscription.

De même, pour favoriser l'émigration dans une ou plusieurs circonscriptions consulaires qu'il aurait particulièrement visitées, le consul-voyageur (ou attaché commercial de consulat) publiera chiffres et documents à l'appui d'une étude sur la fertilité du sol ou la richesse minière, le climat, la main-d'œuvre, les prix, les transports, les débouchés, la législation.

Il fera des enquêtes à but précis et particulier. Car si le but de la science est la synthèse, celle-ci a pour condition préalable l'analyse.

M. J.-B. Périer représente le modèle d'un consul-voyageur. Il semble que, pour le développement de notre commerce dans la circonscription du consulat général de Londres, il ait apporté la contribution qu'on pouvait attendre de lui dans cette situation. M. Ferrand a rendu des services analogues.

*b) L'attaché commercial d'ambassade* fait une œuvre de synthèse. Il renseigne son chef, l'ambassadeur (ou ministre résident), sur les faits généraux vus d'un angle général. Il est assez instruit des choses du pays où il vit depuis longtemps pour être un conseiller indispensable à son ambassadeur. Il doit être capable d'exercer une action directe sur la politique et la législation.

Le futur attaché commercial d'ambassade doit connaître tout ce qui concerne la situation commerciale, la législation douanière, les tendances économiques de l'heure présente. Il doit manier sans se lasser jamais les documents de statistique commerciale, les textes législatifs, les règlements de douane et de navigation, les tarifs enfin si compliqués soient-ils ; non content d'être économiste, il doit noter avec soin l'évolution des marchés financiers. Il doit être pour la haute banque à la fois un observateur et un guide (1).

c) L'attaché commercial d'ambassade ou de légation importante a une mission d'ordre plutôt scientifique, tandis que l'attaché de consulat ou consul voyageur a une mission d'ordre pratique.

Cette distinction empêchera le double emploi des conseils d'organisation donnés par deux agents qui, *en principe*, devront avoir un grade, un rôle, une expérience et des points de vue différents.

*En application*, un attaché commercial de consulat, que son passé et sa tournure d'esprit ont bien préparé à entreprendre l'étude analytique de l'importation et de la consommation des produits du pays qu'il représente dans le pays où il réside, peut aussi avoir une culture scientifique telle que son gouvernement puisse l'utiliser comme attaché commercial d'ambassade.

(1) Le modèle de l'attaché commercial d'ambassade est M. Rafalovitch.

*Traitement.* — Le traitement fixe de ces agents doit être assez considérable pour leur épargner la tentation d'entrer au service d'une maison de commission ou d'exportation.

Les indemnités pour frais de voyage et de correspondance pourront varier. Mais elles ne pourront descendre au-dessous d'un minimum assez élevé, de telle manière que l'agent ne soit pas tenu à une comptabilité excessive et à des économies nuisibles à l'objet de la mission.

Il nous semble qu'ainsi comprise et appliquée l'institution nouvelle pourrait servir au développement de notre exportation. Nous sommes fort éloignés d'ailleurs d'attacher à notre thèse une importance absolue. Mais vu que, dans l'état actuel de nos mœurs, le commerce extérieur français d'ailleurs prospère a besoin d'appuis nouveaux pour progresser, nous avons voulu savoir quels pouvaient être ces appuis et comment les utiliser ; nous avons consigné ici les résultats d'une enquête vaste, nouvelle, difficile.

Puissent les conclusions de ce travail faciliter un emploi rémunérateur des nouveaux sacrifices que le pays a consentis !

# MARCHE DES SERVICES DE L'OFFICE NATIONAL DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Relevé, par catégories, du mouvement numérique de la correspondance et des consultations verbales.

## ANNEXE I

|                                                                                                                                                                                      | DU 18 JUILLET 1898<br>AU 31 OCTOBRE 1906 |                           | DU 1 <sup>er</sup> NOVEMBRE 1906<br>AU 31 OCTOBRE 1907 |                           | TOTAL   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------|---------|
|                                                                                                                                                                                      | Correspondance                           | Renseignements<br>verbaux | Correspondance                                         | Renseignements<br>verbaux |         |
| <i>Secrétariat général.</i> — Personnel, matériel et affaires réservées . . . . .                                                                                                    | 18.195                                   | 7.320                     | 1.526                                                  | 1.381                     | 28.422  |
| 1 <sup>er</sup> Service. — Notoriété et honorabilité commerciale de maisons établies à l'étranger et dans les colonies françaises. . . . .                                           | 199.335                                  | 5.328                     | 32.812                                                 | 1.678                     | 239.153 |
| Correspondance relative aux publications. . . . .                                                                                                                                    | 20.475                                   | »                         | 5.712                                                  | »                         | 26.187  |
| 2 <sup>e</sup> Service. — Enquêtes industrielles et commerciales embrassant plusieurs parties du monde. Enquêtes industrielles et commerciales portant spécialement sur des places : | 30.371                                   | 3.170                     | 966                                                    | 156                       | 34.663  |
| d'Europe . . . . .                                                                                                                                                                   | 37.107                                   | 5.530                     | 8.045                                                  | 894                       | 51.576  |
| d'Asie . . . . .                                                                                                                                                                     | 5.077                                    | 2.533                     | 845                                                    | 164                       | 8.619   |
| d'Afrique . . . . .                                                                                                                                                                  | 3.738                                    | 2.283                     | 546                                                    | 112                       | 6.679   |
| d'Amérique . . . . .                                                                                                                                                                 | 10.935                                   | 4.798                     | 1.660                                                  | 497                       | 17.890  |
| d'Océanie . . . . .                                                                                                                                                                  | 1.725                                    | 1.645                     | 250                                                    | 69                        | 3.689   |
| des Colonies françaises . . . . .                                                                                                                                                    | 4.999                                    | 3.897                     | 419                                                    | 184                       | 9.499   |
| Demandes de représentants (1) . . . . .                                                                                                                                              | 2.880                                    | 1.595                     | »                                                      | »                         | 4.475   |
| Demandes et offres d'emplois industriels et commerciaux . . . . .                                                                                                                    | 5.985                                    | 3.998                     | 1.322                                                  | 544                       | 11.849  |
| Adjudications . . . . .                                                                                                                                                              | 12.442                                   | 4.073                     | 2.121                                                  | 726                       | 19.362  |
| Propositions d'affaires . . . . .                                                                                                                                                    | 8.943                                    | 2.582                     | 1.041                                                  | 186                       | 12.752  |
| Divers . . . . .                                                                                                                                                                     | 3.286                                    | 814                       | 1.417                                                  | 364                       | 5.878   |
| Renseignements techniques . . . . .                                                                                                                                                  | 632                                      | 274                       | 120                                                    | 8                         | 1.034   |
| 3 <sup>e</sup> Service. — Douanes . . . . .                                                                                                                                          | 14.515                                   | 17.301                    | 3.135                                                  | 3.510                     | 38.461  |
| 4 <sup>e</sup> Service. — Transports . . . . .                                                                                                                                       | 4.961                                    | 2.280                     | 1.393                                                  | 673                       | 9.307   |
| Accusés de réception et remerciements . . . . .                                                                                                                                      | 51.792                                   | »                         | 2.695                                                  | »                         | 54.487  |
| Lecteurs du Hall . . . . .                                                                                                                                                           | »                                        | 50.600                    | »                                                      | 6.587                     | 57.187  |
| TOTAL. . . . .                                                                                                                                                                       | 437.393                                  | 120.018                   | 66.025                                                 | 17.733                    | 641.169 |
|                                                                                                                                                                                      | Moyenne semestrielle : (17 semestres)    | 32.789                    | Moyenne semestrielle : (2 semestres)                   | 41.879                    |         |

(1) Les demandes de représentants, étant fréquemment connexes à des demandes plus générales, ont été reportées dans la rubrique précédente.

## ANNEXE II

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE.

Ministère du Commerce et de l'Industrie.

## OFFICE NATIONAL DU COMMERCE EXTÉRIEUR

(Loi du 4 mars 1898).

3, rue Feydeau, Paris, (2<sup>e</sup>).

Codes télégraphiques

TÉLÉPHONE : 236-95

A-Z

Bréviator A

Adresse télégraphique

Comext-Paris

## LISTE DES PUBLICATIONS

*Moniteur officiel du commerce.*

Journal hebdomadaire de renseignements commerciaux, industriels et maritimes. — Ce journal publie chaque semaine, en fascicules distincts, les *Rapports commerciaux des agents diplomatiques et consulaires de France*.

Prix de l'abonnement :

|                              | Un an     | 6 mois    | 3 mois   |
|------------------------------|-----------|-----------|----------|
| Paris . . . . .              | 18 fr.    | 9 fr. 50  | 5 fr.    |
| Départements . . . . .       | 21 fr.    | 11 fr.    | 6 fr.    |
| Colonies et Étranger . . . . | 32 fr. 50 | 16 fr. 75 | 8 fr. 75 |

Envoi de numéros spécimens sur demande.

*Feuille d'informations et de renseignements.*

Cette feuille paraît deux fois par semaine. Elle ne prend pas d'abonnements particuliers, et est adressée gratuitement aux institutions commerciales, chambres de commerce, syndicats, musées commerciaux, etc., ainsi qu'aux journaux de Paris et des départements qui en font la demande.

*Dossiers commerciaux.*

Les *Dossiers commerciaux* ont pour but de permettre à tout négociant français, de se constituer, à son usage personnel, une collection de renseignements sur les affaires de sa spécialité.

L'abonnement est semestriel ou annuel et part du commencement de chaque mois.

Pour ces deux périodes, le prix de l'abonnement aux *Dossiers commerciaux*, pour Paris et les départements, est fixé comme suit :

Pour *six mois* :

5 francs par 5 dossiers ou rubriques, ou fraction de 5, c'est-à-dire ;

5 francs de 1 à 5 dossiers ;

10 francs de 6 à 10 dossiers, etc., etc. ;

Et 75 francs pour les 94 dossiers.

Pour *un an* :

10 francs par 5 dossiers ou rubriques, ou fraction de 5, c'est-à-dire :

10 francs de 1 à 5 dossiers ;

20 francs de 6 à 10 dossiers, etc., etc. ;

Et 100 francs pour les 94 dossiers.

*Chaque dossier ou rubrique comprend un nombre variable et illimité de feuilles de renseignements,*

Envoi, sur demande, de la liste des « Dossiers » et de spécimens des informations déjà parues.

*Monographies industrielles et commerciales.*

Paielement en valeurs sur Paris.

|                                                                                                  | Prix   | Par poste |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------|----------|
|                                                                                                  |        | France    | Etranger |
| N° 2. — Le commerce d'importation et d'exportation du Sénégal, août 1899 . . . . .               | » . 75 | » . 80    | » . 85   |
| N° 4. — Le commerce des vins à l'étranger et aux colonies (3 volumes) (2 <sup>e</sup> édition) : |        |           |          |

|                                                                                  |       |       |       |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| L'ouvrage complet (1) (trois volumes et un supplément)                           | 12. » | 12.85 | 17.70 |
| Prix de chaque volume acheté séparément :                                        |       |       |       |
| Vol. I. (700 pages) : Europe, février 1903 (2) . . . . .                         | 6. »  | 6.60  | 9.10  |
| Vol. II. (600 pages) : Asie, Afrique, Amérique, Océanie, août 1903 (2) . . . . . | 6. »  | 6.60  | 9.10  |
| Vol. III. (160 pages) : Colonies françaises, décembre 1903 (3) . . . . .         | 3. »  | 3.20  | 5.40  |
| Supplément au tome II (32 pages) : Brésil et Honduras, juin 1904 . . . . .       | 1. »  | 1.05  | 1.10  |
| N° 8. — Le recouvrement des créances commerciales aux colonies et à l'étranger.  |       |       |       |

(Cet ouvrage est divisé en 8 fascicules).

|                                                                                                                                                                                     |       |       |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|------|
| L'ouvrage complet . . . . .                                                                                                                                                         | 20. » | 20.85 |      |
| Chaque fascicule . . . . .                                                                                                                                                          | 3. »  | 3.20  | 3.35 |
| 1 <sup>er</sup> fascicule : Colonies et pays de protectorat français. — Suède, Norvège, Danemark et colonies, Pays-Bas et colonies, Belgique, Grand Duché du Luxembourg, déc. 1901. |       |       |      |
| 2 <sup>e</sup> fascicule : Allemagne et colonies, Suisse, Autriche-Hongrie, avril 1902.                                                                                             |       |       |      |
| 3 <sup>e</sup> fascicule : Bosnie-Herzégovine,                                                                                                                                      |       |       |      |

(1) Le prix est de 15 fr. pour les souscripteurs habitant l'étranger, plus 2 fr. 70 de port.

(2) Le prix est de 8 fr. pour les souscripteurs habitant l'étranger, plus 1 fr. 40 de port.

(3) Le prix est de 5 fr. pour les souscripteurs habitant l'étranger, plus 0 fr. 40 de port.

Russie, Roumanie, Serbie, Monténégro, Grèce, Italie, Monaco, Espagne, Portugal, août 1902.

4<sup>e</sup> fascicule : Angleterre et colonies anglaises, mars 1903.

5<sup>e</sup> fascicule : Zanzibar, Turquie, Bulgarie, Crète, Tripoli de Barbarie, Egypte, Maroc, Mascate, Perse, Siam, Chine, Corée, Japon, Ethiopie, Libéria, Congo, octobre 1903.

6<sup>e</sup> fascicule : Etats-Unis d'Amérique, et colonies, février 1904.

7<sup>e</sup> fascicule : Etats de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud, mai 1904.

8<sup>e</sup> fascicule : Colonies et pays de protectorat (Refonte). Addenda. Erratum. Tables des matières, août 1904.

N<sup>o</sup> 9. — Itinéraires et renseignements généraux à l'usage des employés et voyageurs de commerce français à l'étranger.

Chaque fascicule . . . . . 1. » 1.10 1.15

1<sup>er</sup> fascicule : Brésil, Uruguay, République Argentine, Chili, décembre 1901 (épuisé).

2<sup>e</sup> fascicule : I. Chili, Bolivie, Pérou, Equateur. II. Vénézuéla, Trinité, Colombie, juillet 1902.

3<sup>e</sup> fascicule : Mexique, octobre 1903.

4<sup>e</sup> fascicule : Centre Amérique (Costa-Rica, Nicaragua, Honduras, San Salvador, Guatémala), novembre 1903.

N<sup>o</sup> 10. — Le commerce de la coutellerie :

Chaque fascicule . . . . . 2. » 2.15 2.25

- 1<sup>er</sup> fascicule : Cuba, Haïti, République Dominicaine, Porto-Rico, Mexique, Guatémala, Honduras, Nicaragua, Salvador, Costa Rica, septembre 1904.
- 2<sup>e</sup> fascicule : Colombie, République de Panama, Venezuela, La Trinidad, Guadeloupe, Martinique, Guyane française, Brésil, novembre 1903.
- 3<sup>e</sup> fascicule : Uruguay, République Argentine, Chili, Paraguay, Pérou, Bolivie, janvier 1903.
- N° 11. — L'exportation des beurres français en Angleterre. — Moyens de la relever et de l'accroître, septembre 1903. 1. » 1.10 1.15
- N° 13. — Le commerce de la porcelaine et de la verrerie. Chaque fascicule . . . 1. » 1.10 1.15
- 1<sup>er</sup> fascicule : Mexique, Guatémala, Honduras, Salvador, Nicaragua, Costa-Rica, avril 1906.
- 2<sup>e</sup> fascicule : République de Panama, La Trinité, République Cubaine, République Dominicain, Porto-Rico, La Jamaïque, La Barbade, Dominique, Sainte-Lucie, août 1906.
- 3<sup>e</sup> fascicule : République Argentine, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Equateur, Paraguay, Pérou, Uruguay, février 1907.
- Prix
- N° 14. — Le Commerce des conserves alimentaires.
- 1<sup>er</sup> fascicule : Belgique et Danemark, juillet 1907. . . . . 1. 25 (franco)
- 2<sup>e</sup> fascicule : Royaume-Uni de Grande-Breta-

- gne et d'Irlande (y compris Malte et Gibraltar) et Norvège, octobre 1907 . . . . . 1. 25 (franco)
- 3<sup>e</sup> fascicule : Allemagne, Luxembourg et Suède (avril 1908). . . . . 1. 25 (franco)

*Notices commerciales.*

*Païement en valeurs sur Paris ou en timbres-poste  
de 0. 25 ou de 0. 05.*

|                                                                                                                                                                  | Prix  | Par<br>poste |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------|
| N <sup>o</sup> 1. — Congo français. — Commerce des tissus de coton, janvier 1901 . . . . .                                                                       | » .15 | » .20        |
| N <sup>o</sup> 2. — Madagascar. — Commerce des tissus de coton, février 1901 . . . . .                                                                           | » .15 | » .20        |
| N <sup>o</sup> 3. — Espagne. — Commerce de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et de l'horlogerie, avril 1901. . . . .                              | » .15 | » .20        |
| N <sup>o</sup> 8. — Italie. — Commerce de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et de l'horlogerie, juin 1901. . . . .                                | » .15 | » .20        |
| N <sup>o</sup> 10. — Nouvelle-Calédonie et Tahiti. — Commerce des tissus de coton, juillet 1901 . . . . .                                                        | » .15 | » .20        |
| N <sup>o</sup> 11. — Japon. — Commerce des cuirs, août 1901 . . . . .                                                                                            | » .15 | » .20        |
| N <sup>o</sup> 17. — Etats-Unis. — Commerce des conserves alimentaires, novembre 1901 . . . . .                                                                  | » .25 | » .30        |
| N <sup>o</sup> 20. — Mexique. — Cuba. — Porto-Rico. — Commerce des conserves alimentaires, Décembre 1901. . . . .                                                | » .25 | » .30        |
| N <sup>o</sup> 21. — Etats-Unis d'Amérique. — Commerce des charbons, décembre, 1901 . . . . .                                                                    | » .30 | » .35        |
| N <sup>o</sup> 23. — Amérique du Sud. — Production et commerce du maté, février 1902. . . . .                                                                    | » .15 | » .20        |
| N <sup>o</sup> 24. — Equateur. — Commerce des noix de Gorozo, mars 1902. . . . .                                                                                 | » .15 | » .20        |
| N <sup>o</sup> 25. — Listes des Chambres de commerce nationales et des Chambres de commerce françaises en Europe, février 1904 (2 <sup>e</sup> édition). . . . . | » .20 | » .25        |

- N° 26. — Russie — Commerce des fruits frais,  
mars 1902 . . . . . » .25 » .30
- N° 27. — Pays-Bas. — Russie. — Suède et Norvège. — Danemark. — Bulgarie. — Serbie. — Turquie. — Commerce des  
amidons, avril 1902 . . . . . » .15 » .20
- N° 29. — Russie. — Commerce des gants, mai  
1902 . . . . . » .25 » .30
- N° 30. — Angleterre. — Belgique. — Allemagne.  
— Autriche-Hongrie. — Liste d'acheteurs et négociants d'articles de piété,  
juin 1902 . . . . . » .15 » .20
- N° 32. — Italie. — Espagne. — Portugal. — Chypre. — Turquie d'Europe. — Liste  
d'acheteurs et négociants d'articles de piété, juin 1902 . . . . . » .30 » .35
- N° 33. — Asie. — Afrique. — Amérique. — Liste  
d'acheteurs et négociants d'articles  
de piété, juin 1902 . . . . . » .15 » .20
- N° 34. — Italie. — L'olivier et les huiles d'olives  
dans les Pouilles, juillet 1902. . . . . » 30 » .35
- N° 36. — Angleterre. — Commerce des fruits frais,  
juillet 1902 . . . . . » .25 » .30
- N° 37. — Allemagne. — Pays-Bas. — Suisse. —  
Russie. — Etats-Unis. — Commerce  
des oignons à fleurs, juillet 1902 . . . . . » .25 » .30
- N° 38. — Siam. — Unités de vente; emballages;  
régime fiscal des ventes, qualités et  
types de marchandises demandées;  
modes de paiement; contrats; août  
1902 . . . . . » .20 » .25
- N° 40. — Russie et Finlande. — Commerce des  
conserves de viande, de gibier et de  
poisson, septembre 1902 . . . . . » .25 » .30
- N° 41. — Pays divers. — Commerce du sel, octobre  
1902 . . . . . » .15 » .35
- N° 42. — Suisse. — Le commerce des œufs, des  
beurres et des volailles, février 1904 . . . . . » .30 » .35

|                                                                                                                                                   |       |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|
| N° 46. — Allemagne. — Commerce des œufs, avril 1904 . . . . .                                                                                     | ». 30 | ». 35 |
| N° 48. — Belgique. — Pays-Bas. — Commerce des fleurs fraîches, mai 1904. . . . .                                                                  | ». 30 | ». 35 |
| N° 49. — Allemagne. — Commerce des fleurs fraîches, mai 1904. . . . .                                                                             | ». 40 | ». 45 |
| N° 50. — Angleterre. — Le commerce du beurre en Grande-Bretagne et Irlande, juin 1904 . . . . .                                                   | ». 30 | ». 35 |
| N° 51. — Allemagne. — Le commerce du beurre, juin 1904. . . . .                                                                                   | ». 30 | ». 35 |
| N° 52. — Guyanes. — Relations commerciales avec les Guyanes et le Bassin de l'Amazone, juin 1904. . . . .                                         | ». 40 | ». 45 |
| N° 53. — Asie, Afrique, Amérique et Océanie. — Formalités pour l'introduction des spécialités pharmaceutiques à l'étranger, juillet 1904. . . . . | ». 20 | ». 25 |
| N° 56. — Suède. — Norvège. — Danemark. — Russie. — Le commerce des fleurs fraîches, octobre 1904. . . . .                                         | ». 30 | ». 35 |
| N° 57. — Grande-Bretagne et Irlande. — Le commerce des fleurs fraîches, octobre 1904 . . . . .                                                    | ». 30 | ». 35 |
| N° 58. — Suisse. — Autriche-Hongrie. — Le commerce des fleurs fraîches, novembre 1904 . . . . .                                                   | ». 20 | ». 25 |
| N° 59. — Allemagne. — Le commerce des volailles, novembre 1904 . . . . .                                                                          | ». 40 | ». 45 |
| N° 60. — Grande-Bretagne. — Le commerce des volailles, décembre 1904 . . . . .                                                                    | ». 20 | ». 25 |
| N° 61. — Allemagne. — Le commerce des fruits frais et des primeurs, février 1905. . . . .                                                         | ». 70 | ». 80 |
| N° 62. — Grande-Bretagne. — Le commerce des fruits frais et des primeurs, février 1905 . . . . .                                                  | ». 50 | ». 60 |
| N° 63. — Afrique du Sud. — La situation commerciale de l'Afrique du Sud, mai 1905 . . . . .                                                       | 4. 40 | 4. 50 |
| N° 64. — Allemagne. — Guide de l'importateur                                                                                                      |       |       |

- des pommes à cidre en Wurtemberg,  
septembre 1908 (2<sup>e</sup> édition) . . . . » .60(franco)
- N<sup>o</sup> 65. — Allemagne. — La vente des vins du  
Midi, octobre 1908 (2<sup>e</sup> édition refon-  
due et mise à jour) . . . . . » .60(franco)

### ANNEXE III

#### Décret du 31 janvier 1909.

ARTICLE PREMIER. — Il est créé six emplois d'attachés commerciaux à l'étranger, au traitement de 20.000 fr.

ART. 2. — Indépendamment de leur traitement, les attachés commerciaux recevront, selon les nécessités de leur circonscription, une indemnité forfaitaire pour frais de voyages et tournées commerciales, indemnités d'installation, frais de bureau, port de lettres, affranchissement, frais de copie, traduction, dactylographie, etc.

Ils devront adresser par écrit au ministre, à la fin de chaque année et en cas de rupture d'établissement, une déclaration destinée à établir et à justifier l'emploi de cette allocation.

L'indemnité affectée à chaque emploi est fixée comme suit :

Grande-Bretagne, 10.000 fr. (siège de la mission : Londres).

Pays d'Europe, 10,000 fr. (siège de la mission : Berlin ou Vienne).

Levant, 15,000 fr. (siège de la mission : Constantinople),

Amérique du Nord, 30,000 fr. (siège de la mission : New-York ou Washington).

Russie, 20,000 fr. (siège de la mission : Saint-Pétersbourg).

Extrême Orient, 25,000 fr. (siège de la mission : Pékin ou Tokio).

ART. 3. — Au début et à la fin de sa mission, l'attaché commercial aura droit au remboursement de ses frais de voyage et au transport de son mobilier de Paris au siège habituel de sa résidence, conformément aux règlements applicables aux agents diplomatiques et consulaires.

ART. 4. — La dépense afférente aux traitements et indemnités

des attachés commerciaux est imputable sur le chapitre ouvert au budget des affaires étrangères pour les traitements du personnel des services extérieurs.

Le remboursement des frais de voyage et transport de mobilier sera imputé sur le chapitre du même budget affecté aux frais de voyage.

Vu :

Le Président de la thèse,  
P. CAUWÈS.

Vu :

Le Doyen,  
CH LYON-CAEN.

Vu et permis d'imprimer :

*Le Vice-Recteur de l'Académie de Paris,*  
L. LIARD.

---



## TABLE DES MATIÈRES

---

|                                                                                                                                              | Pages |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| AVANT-PROPOS . . . . .                                                                                                                       | 1     |
| CHAPITRE PREMIER. — <i>La situation économique de la France et<br/>le commerce international.</i> . . . . .                                  | 5     |
| CHAPITRE II. — <i>Les outils économiques de la nation française<br/>pour la conquête méthodique des débou-<br/>chés</i> . . . . .            | 19    |
| CHAPITRE III. — <i>Enquête générale sur les attachés commer-<br/>ciaux et agricoles des nations étrangères.</i>                              |       |
| § 1. — Les missions commerciales officielles. Transfor-<br>mation de leurs titulaires en attachés com-<br>merciaux . . . . .                 | 38    |
| § 2. — Allemagne . . . . .                                                                                                                   | 41    |
| α) Attachés de commerce . . . . .                                                                                                            | 41    |
| β) Attachés agricoles et forestiers. . . . .                                                                                                 | 48    |
| § 3. — α) Russie . . . . .                                                                                                                   | 55    |
| β) Chine, Brésil . . . . .                                                                                                                   | 60    |
| § 4. — α) Les délégués commerciaux et agricoles de<br>Hongrie et d'Autriche . . . . .                                                        | 65    |
| β) Les agents roumains et bulgares . . . . .                                                                                                 | 71    |
| § 5. — α) Les attachés commerciaux d'Italie . . . . .                                                                                        | 72    |
| β) Belgique et Suède. . . . .                                                                                                                | 77    |
| § 6. — Les attachés commerciaux du Royaume-Uni et<br>de quelques possessions britanniques . . . . .                                          | 83    |
| § 7. — Etats-Unis et Suisse, Espagne, Portugal . . . . .                                                                                     | 93    |
| CHAPITRE IV. — <i>De quelques principes que l'on peut admettre<br/>pour guides dans l'affectation des attachés<br/>commerciaux</i> . . . . . | 97    |
| CHAPITRE V. — <i>Recherche des circonscriptions dans lesquel-</i>                                                                            |       |

|                      |                                                                                           |     |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
|                      | <i>les un attaché commercial de consulat pourrait rendre des services.</i> . . . . .      | 111 |
| CHAPITRE VI. —       | <i>Esquisse du rôle général du futur attaché commercial de consulat français.</i> . . . . | 131 |
| CHAPITRE VII. —      | <i>Mission du futur attaché commercial d'ambassade français.</i> . . . . .                | 146 |
| CHAPITRE VIII. —     | <i>Historique et recrutement.</i> . . . . .                                               | 159 |
|                      | α) Historique . . . . .                                                                   | 159 |
|                      | β) Recrutement . . . . .                                                                  | 180 |
| CONCLUSION . . . . . |                                                                                           | 187 |







---

Imp. J. Thevenot, Saint-Dizier (Haute-Marne).

---